

การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวทุกภัยภาคใต้ของประเทศไทยในช่วงฤดูมรสุมบนยูทูป



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการความเสี่ยงและภัยพิบัติ (สหสาขาวิชา) สหสาขาวิชาการจัดการด้านภัยพิบัติ  
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ปีการศึกษา 2566

Content analysis of news reports on YouTube on southern flood during monsoon  
season in Thailand



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Science in Risk and Disaster Management  
Inter-Department of Disaster Management  
Graduate School  
Chulalongkorn University  
Academic Year 2023

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวอุทกภัยภาคใต้ของประเทศไทย ในช่วงฤดูมรสุมบนยูทูป
โดย	นายชวพล สัมฤทธิ์ดี
สาขาวิชา	การจัดการความเสี่ยงและภัยพิบัติ (สหสาขาวิชา)
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	รองศาสตราจารย์ ดร.สมิทธิ์ บุญชูติมา

---

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

.....	คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุทธนา ฉัยพรรณรัตน์)	
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	ประธานกรรมการ
.....	
(อาจารย์ ดร.กัลยา สุนทรวงศ์สกุล)	
.....	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมิทธิ์ บุญชูติมา)	
.....	กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรัญญู ศรีจิต)	

CHULALONGKORN UNIVERSITY

ชวพล สัมฤทธิ์ดี : การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวอุทกภัยภาคใต้ของประเทศไทยในช่วงฤดูมรสุมบนยูทูป. ( Content analysis of news reports on YouTube on southern flood during monsoon season in Thailand) อ.ที่ปรึกษาหลัก : รศ. ดร.สมิทธิ บุญชุตินา

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบข่าวที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ชมบนยูทูป ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาของวิดีโอข่าวบนยูทูปจำนวน 64 คลิป จากสำนักข่าวสื่อกระแสหลัก สำนักข่าวออนไลน์และสำนักข่าวสื่อสารมวลชน รวม 7 สำนักข่าว ใช้แบบลงรหัส (coding sheet) และคู่มือการลงรหัส (coding manual) ใช้ผู้ลงรหัสจำนวน 3 คน มีการทดสอบความเที่ยงระหว่างผู้ลงรหัสโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Krippendorff ค่าความเที่ยงอยู่ระหว่าง 0.80-1 นำเสนอข้อมูลโดยการเปรียบเทียบค่ามัธยฐานและเปอร์เซ็นต์ไทล์รวมถึงการวิเคราะห์ความแปรปรวนของข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อข่าวอุทกภัยมี 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมระดับสูง 2) การมีส่วนร่วมระดับปานกลาง 3) การมีส่วนร่วมระดับต่ำและต่ำมาก ในแต่ละรูปแบบมีองค์ประกอบที่แตกต่างกัน และหากแบ่งตามเนื้อหาสามารถแบ่งได้ 9 รูปแบบ ได้แก่ 1) ข่าวที่มีผลกระทบอย่างรุนแรง 2) การแสดงความเสียใจของผู้ประกาศข่าว 3) ภาพที่สะท้อนถึงความเดือดร้อนของประชาชน 4) ข่าวเกี่ยวกับภัยพิบัติโดยตรง 5) ข่าวเกี่ยวกับการจลาจลและการแนะนำในสถานการณ์ฉุกเฉิน 6) การวิจารณ์รัฐบาลและการสัมภาษณ์ฝ่ายค้าน 7) การใช้คำขยายและการสร้างอารมณ์ 8) การนำเสนอภาพลักษณ์เชิงบวกของดาราดาราและบุคคลมีชื่อเสียง 9) การนำเสนอคลิปจากประชาชนและการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยแต่ละรูปแบบสร้างการมีส่วนร่วมได้ในลักษณะที่แตกต่างกันไป

งานวิจัยนี้ทำให้เห็นถึงความสำคัญของการเลือกองค์ประกอบที่เหมาะสมเพื่อการมีส่วนร่วมของผู้ชม สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการผลิตเนื้อหาข่าวบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

สาขาวิชา การจัดการความเสี่ยงและภัย ลายมือชื่อนิสิต .....

พิบัติ (สหสาขาวิชา)

ปีการศึกษา 2566 ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก .....



# # 6380015820 : MAJOR RISK AND DISASTER MANAGEMENT

KEYWORD: Floods Disaster management YouTube

Chawapon Samriddee : Content analysis of news reports on YouTube on southern flood during monsoon season in Thailand. Advisor: Assoc. Prof. Smith Boonchutima, Ph.D.

This research aims to study the news formats influencing viewer engagement on YouTube. The methodology involves content analysis of 64 news video clips on YouTube from major news outlets, online news agencies, and public news sources, totaling seven news agencies. Utilizing a coding sheet and coding manual, three coders were employed, and intercoder reliability was tested using Krippendorff's alpha coefficient (with values between 0.80-1). Data presentation involves comparing median values and percentiles, along with variance analysis.

The research findings reveal three patterns of viewer engagement with disaster news: 1) high engagement, 2) moderate engagement, and 3) low to very low engagement. Each pattern consists of distinct components, further divided into nine content patterns, such as severe impact news, expressions of sympathy, images reflecting public distress, direct disaster news, traffic, and emergency advice, government criticism and opposition interviews, emotive language and sentiment creation, positive portrayal of celebrities, and citizen-contributed clips and engagement. Each pattern contributes to viewer engagement in different ways.

This study shows the value of choosing news components to enhance viewer engagement, giving insights for news reporting on online platforms.

Field of Study: Risk and Disaster  
Management

Student's Signature .....

Academic Year: 2023

Advisor's Signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงได้เพราะความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ ดร.สมิทธิ์ บุญชุติมา ที่ได้ให้คำปรึกษาแนะนำ ได้ช่วยแก้ไขข้อบกพร่องในทุกขั้นตอนของการทำวิทยานิพนธ์ด้วยความเอาใจใส่ และให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกทราบบ้างซึ่งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร.กัลยา สุนทรวงศ์สกุล ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร.วรัญญู ครุจิต กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณบิดามารดาและครอบครัว ที่เป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยในการทำวิทยานิพนธ์ และให้การสนับสนุนอย่างดีตลอดระยะเวลาในการศึกษา

ขอขอบคุณ ดร.สุกัลยา กาเซ็ม และพี่ๆ ในส่วนวิจัยเศรษฐกิจสังคมครัวเรือนและประกันภัยสินค้าเกษตรที่ ให้เวลาผู้วิจัยได้ทำวิจัยอย่างเต็มที่ และขอขอบคุณ คุณเตี๋ย และคุณท็อป ที่ช่วยเป็นโค้ดเดอร์ในการวิจัยครั้งนี้ และขอขอบคุณผู้สื่อข่าวทั้ง 2 ท่าน คุณธรรมนุญ และคุณรัฐยา ที่ให้ข้อเสนอแนะในการวิจัยนี้ สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกคนที่มีส่วนร่วมในงานวิจัยมา ณ โอกาสนี้

ชวพล สัมฤทธิ์ดี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

## สารบัญ

	หน้า
.....	ค
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ.....	1
1.2 คำถามวิจัย .....	3
1.3 วัตถุประสงค์ .....	3
1.4 ขอบเขตการวิจัย .....	3
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ .....	3
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	5
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยงจากภัยพิบัติ .....	5
2.1.1 การจัดการความเสี่ยงจากภัยพิบัติ (disaster risk management).....	5
2.1.2 วงจรการจัดการภัยพิบัติ (disaster management cycle).....	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการรายงานข่าว (news reports).....	7
2.2.1 ข่าวที่ส่งผลต่ออารมณ์ของผู้ชม (sensational news).....	7

2.2.2 รูปแบบการนำเสนอข่าว (news format).....	8
2.2.3 คุณค่าข่าว (news value).....	9
2.2.4 วิธีการรายงานข่าว (news reports).....	9
2.2.5 การรายงานข่าวอุทกภัย (topic of flood reports).....	10
2.2.6 สำนักข่าว (news agency).....	11
2.2.7 ข่าวออนไลน์ (online news).....	13
2.3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับยูทูป.....	14
2.3.1 การมีส่วนร่วมของผู้ชมบนยูทูป.....	15
2.3.1.1 ความหมายและการวิธีการวัด.....	15
2.3.2 ยอดผู้ติดตามช่อง.....	15
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	16
2.5.1 งานวิจัยที่เกี่ยวกับบทบาทของผู้สื่อข่าวและคุณค่าข่าว.....	16
2.5.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวอุทกภัย.....	18
2.5.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการกดถูกใจ การแสดงความคิดเห็น และการแบ่งปัน.....	19
2.5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ บ็อกซ์พล็อต (boxplots).....	20
2.5.5 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความเสี่ยงและภัยพิบัติ.....	20
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	22
3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	22
3.2 วิธีคัดเลือกตัวอย่าง.....	22
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	27
3.3.1 การพัฒนาแบบลงรหัสและคู่มือการลงรหัส.....	27
3.3.2 การทดสอบความเที่ยงระหว่างผู้ลงรหัส (intercoder reliability).....	29
3.4 การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล.....	30
บทที่ 4 ผลการศึกษาวิจัย.....	32

4.1 การนำเสนอองค์ประกอบของข่าว.....	33
4.2 การนำเสนอผลกระทบต่อนื่องจากอุทกภัย.....	39
4.3 การนำเสนอบทบาทของผู้ประกาศข่าว.....	61
4.4 ข่าวที่สะท้อนอารมณ์ของผู้ชม.....	96
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	129
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	129
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	132
5.2.1 ความสำคัญขององค์ประกอบข่าวที่กระตุ้นอารมณ์และความสนใจ.....	132
5.2.2 ผลกระทบของการเลือกองค์ประกอบข่าว.....	132
5.2.3 การปรับเนื้อหาข่าวให้เหมาะสมกับแพลตฟอร์มดิจิทัล.....	133
5.2.4 ความสำคัญของการสร้างเนื้อหาข่าวที่มีคุณภาพ.....	133
5.2.5 การใช้ข้อมูลจากการวิจัยเพื่อพัฒนากลยุทธ์การสื่อสาร.....	134
5.2.6 การพิจารณาถึงผลกระทบทางจริยธรรมและความรับผิดชอบ.....	134
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	135
5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต.....	135
5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้.....	135
ภาคผนวก 1 การออกแบบ แบบลงรหัส.....	136
ภาคผนวก 2 แบบลงรหัส (coding sheet).....	148
ภาคผนวก 3 คู่มือที่การลงรหัส (coding manual).....	151
ภาคผนวก 4 ชื่อช่อง พาดหัวข่าวและความยาวคลิป.....	170
ภาคผนวก 5 ยูอาร์แอลของข่าวที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้.....	178
ภาคผนวก 6 ค่าความเที่ยงระหว่างผู้ลงรหัสครั้งที่ 1 – 5 ก่อนลงรหัส.....	181
ภาคผนวก 7 ค่าความเที่ยงระหว่างผู้ลงรหัส หลังการลงรหัส.....	187
บรรณานุกรม.....	191

ประวัติผู้เขียน..... 195



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 ช่องสำนักข่าวจากสื่อกระแสหลัก .....	23
ตารางที่ 2 ช่องสำนักข่าวออนไลน์ .....	23
ตารางที่ 3 ช่องยูทูปสำนักข่าวสื่อสาธารณะ .....	24
ตารางที่ 4 สรุปจำนวนตัวอย่างคลิปข่าวที่ทำการคัดเลือกจากช่องยูทูปที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง .....	27
ตารางที่ 5 ประเด็นและหัวข้อในแบบลงรหัส .....	27
ตารางที่ 6 การนำเสนอข่าว .....	34
ตารางที่ 7 การพาดหัวข่าว .....	37
ตารางที่ 8 การประกาศเตือนภัย .....	40
ตารางที่ 9 พื้นที่ได้รับผลกระทบเฉพาะแห่ง .....	43
ตารางที่ 10 การอพยพ .....	46
ตารางที่ 11 ระดับน้ำ .....	48
ตารางที่ 12 ภาพน้ำ .....	50
ตารางที่ 13 ปัญหาการจราจร .....	53
ตารางที่ 14 การปิดสถานที่ .....	55
ตารางที่ 15 ภาพดินถล่ม .....	57
ตารางที่ 16 ภาพความเสียหาย .....	59
ตารางที่ 17 ผู้ประกาศข่าวให้คำแนะนำการเอาตัวรอดจากอุทกภัย .....	62
ตารางที่ 18 ผู้ประกาศข่าวขอให้รายงานสถานการณ์เข้ามา .....	65
ตารางที่ 19 ผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจ .....	68
ตารางที่ 20 ผู้ประกาศข่าวใช้คำขยาย .....	71
ตารางที่ 21 ประชาชนใช้คำขยาย .....	74

ตารางที่ 22 ผู้ประกาศข่าวแสดงความเสียใจ .....	77
ตารางที่ 23 คลิปจากประชาชน.....	80
ตารางที่ 24 การสัมภาษณ์.....	83
ตารางที่ 25 ประชาชนวิจารณ์รัฐบาล.....	86
ตารางที่ 26 ชุมชนถูกละเลย.....	89
ตารางที่ 27 ภาพลักษณ์เชิงบวกดารา.....	91
ตารางที่ 28 สรุปเหตุการณ์อุทกภัย .....	94
ตารางที่ 29 ประชาชนตื่นตระหนก .....	97
ตารางที่ 30 อารมณ์ในเชิงบวก.....	100
ตารางที่ 31 อารมณ์ในเชิงลบ .....	102
ตารางที่ 32 ข่าวผู้เสียชีวิตจากอุทกภัย .....	104
ตารางที่ 33 ผู้บาดเจ็บจากอุทกภัย.....	107
ตารางที่ 34 ภาพการช่วยเหลือนาทีกูต .....	110
ตารางที่ 35 ระดับการมีส่วนร่วมที่พิจารณาจากการรับชม .....	112
ตารางที่ 36 ระดับการมีส่วนร่วมที่พิจารณาจากการกดถูกใจ.....	118
ตารางที่ 37 ระดับการมีส่วนร่วมที่พิจารณาจากการแสดงความคิดเห็น .....	123
ตารางที่ 38 จำนวนองค์ประกอบที่สร้างการมีส่วนร่วมของผู้ชม .....	128
ตารางที่ 39 การออกแบบ แบบลงรหัส.....	137
ตารางที่ 40 ชื่อช่อง พาดหัวข่าวและความยาวคลิป.....	171
ตารางที่ 41 ยูอาร์แอลของกลุ่มตัวอย่าง .....	178
ตารางที่ 42 แสดงค่าสหสัมพันธ์จากการทดสอบความเที่ยงระหว่างผู้ลงรหัสจำนวน 3 คน .....	182
ตารางที่ 43 แสดงค่าความเที่ยงหลังจากทำการวิเคราะห์เนื้อหา.....	188



## สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 แผนที่น้ำท่วมซ้ำซากทางภาคใต้.....	2
ภาพที่ 2 การค้นหาคลิปข่าวอุทกภัยภาคใต้ในช่วงฤดูมรสุม คำค้นหา “น้ำท่วมภาคใต้” .....	25
ภาพที่ 3 การค้นหาคลิปข่าวอุทกภัยภาคใต้ในช่วงฤดูมรสุม คำค้นหา “อุทกภัยภาคใต้” .....	25
ภาพที่ 4 การค้นหาคลิปข่าวอุทกภัยภาคใต้ในช่วงฤดูมรสุม คำค้นหา “น้ำท่วมฤดูมรสุมภาคใต้” ....	26
ภาพที่ 5 ตัวอย่างคลิปวิดีโอที่ถูกตัดออกเนื่องจากมีชาวอื่นปนอยู่ .....	26
ภาพที่ 6 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีรูปแบบการนำเสนอข่าวที่แตกต่างกัน .....	33
ภาพที่ 7 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีรูปแบบการพาดหัวข่าวที่แตกต่างกัน .....	36
ภาพที่ 8 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงการประกาศเตือนภัย.....	39
ภาพที่ 9 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงพื้นที่ได้รับผลกระทบเฉพาะแห่ง .....	42
ภาพที่ 10 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงการอพยพ .....	45
ภาพที่ 11 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงระดับน้ำ .....	47
ภาพที่ 12 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีรูปแบบแตกต่างกันของภาพน้ำ.....	49
ภาพที่ 13 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงปัญหาการจราจร.....	52
ภาพที่ 14 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงการปิดสถานที่.....	54

ภาพที่ 15 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงภาพดินถล่ม .....	56
ภาพที่ 16 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีรูปแบบการแตกต่างกันของภาพความเสียหาย.....	58
ภาพที่ 17 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงผู้ประกาศข่าวให้คำแนะนำในการเอาตัวรอดจากอุทกภัย .....	61
ภาพที่ 18 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงผู้ประกาศข่าวขอให้รายงานสถานการณ์เข้ามา .....	64
ภาพที่ 19 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจ.....	67
ภาพที่ 20 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงข่าวที่ผู้ประกาศข่าวใช้คำขยาย .....	70
ภาพที่ 21 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงข่าวที่ประชาชนใช้คำขยาย .....	73
ภาพที่ 22 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงผู้ประกาศข่าวแสดงความเสียใจ.....	76
ภาพที่ 23 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงคลิปจากประชาชน .....	79
ภาพที่ 24 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีรูปแบบที่แตกต่างกันของการสัมภาษณ์.....	82
ภาพที่ 25 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงประชาชนวิจารณ์รัฐบาล.....	85
ภาพที่ 26 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงชุมชนถูกละเลย.....	88
ภาพที่ 27 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงภาพลักษณ์เชิงบวกดารา .....	90

ภาพที่ 28 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงการสรุปเหตุการณ์อุทกภัย.....	93
ภาพที่ 29 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงประชาชนตื่นตระหนก.....	96
ภาพที่ 30 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงอารมณ์ในเชิงบวก .....	99
ภาพที่ 31 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงอารมณ์ในเชิงลบ .....	101
ภาพที่ 32 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงผู้เสียชีวิตจากอุทกภัย .....	103
ภาพที่ 33 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงผู้บาดเจ็บจากอุทกภัย.....	106
ภาพที่ 34 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีรูปแบบการแตกต่างกันของภาพการช่วยเหลือनावิกฤต.....	109

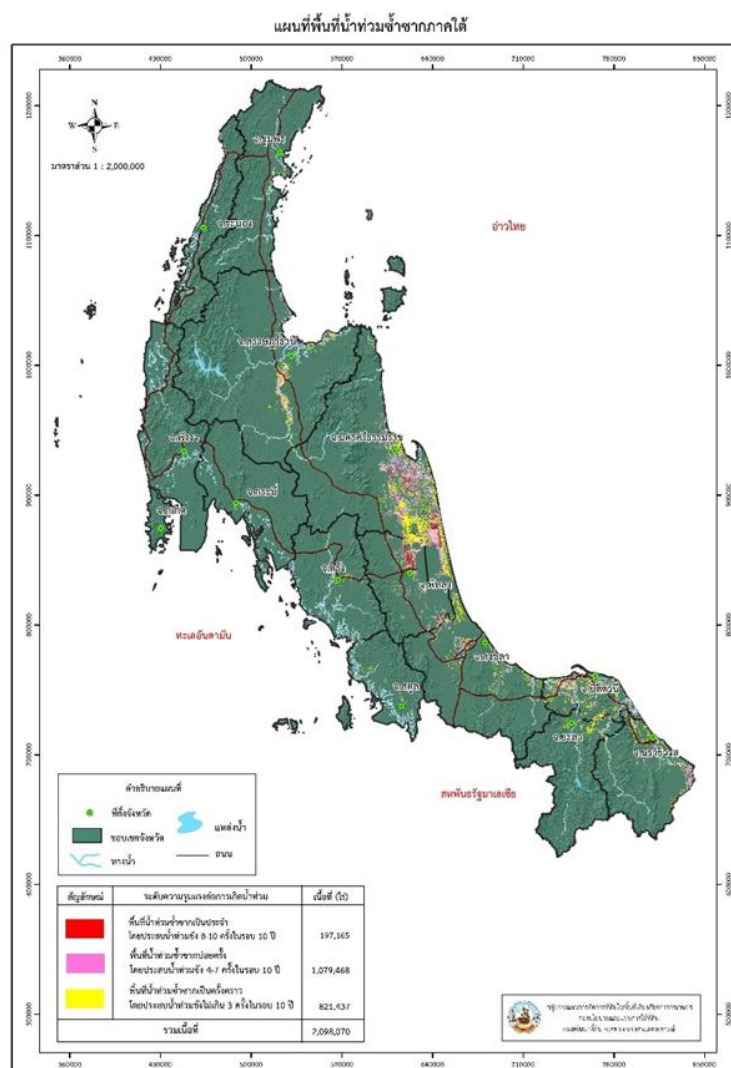
# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญ

การรายงานข่าวอุทกภัยเป็นหนึ่งในภารกิจสำคัญของสื่อมวลชน ซึ่งมีบทบาทในการแจ้งเตือนและช่วยเหลือประชาชนในสถานการณ์ฉุกเฉิน เนื่องจากเป็นเหตุการณ์อุทกภัยส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชนจำนวนมาก (Houston et al., 2012) สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในด้านการจัดการภัยพิบัติ เป็นเสาหลักในการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบและเข้าใจถึงสถานการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งมีผลต่อการสร้างความตระหนักรู้และมีการเตรียมความพร้อมของประชาชนในการรับมือกับสถานการณ์ภัยพิบัติ (Soltani, 2015) ในยุคดิจิทัลยุคนี้ได้กลายเป็นแพลตฟอร์มหลักสำหรับการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภัยพิบัติ ทำให้การนำเสนอข่าวผ่านยูทูปมีความสำคัญมากขึ้น (Cui & Chu, 2021) และยังช่วยให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมกับข่าวสารในสถานการณ์ภัยพิบัติอีกด้วย นอกจากนี้ผู้ชมยังสามารถรับชมข่าวสารผ่านยูทูปได้อย่างสะดวก รวดเร็วได้ทุกเวลา โดยรับชมผ่านทางโทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ และโทรทัศน์

ในประเทศไทย อุทกภัยถือเป็นภัยธรรมชาติที่พบบ่อยกว่าภัยพิบัติประเภทอื่น การเกิดขึ้นของอุทกภัยแต่ละครั้งนั้นได้สร้างความเสียหายต่อชีวิตทรัพย์สิน สิ่งแวดล้อมและโครงสร้างพื้นฐานจำนวนมาก (Winsemius et al., 2016) สาเหตุของการเกิดอุทกภัยมาจากหลายปัจจัย ได้แก่ สภาพอากาศที่แปรปรวน น้ำทะเลหนุน และปริมาณน้ำฝนสูงผิดปกติจากช่วงฤดูมรสุม ซึ่งภาคใต้ของประเทศไทยนั้นได้รับอิทธิพลของลมมรสุมตลอดทั้งปี (ศูนย์พัฒนาการสื่อสารด้านภัยพิบัติ, 2565) ทำให้ต้องประสบกับฝนตกชุกตลอดทั้งปี โดยในฤดูมรสุมของทางภาคใต้จะอยู่ระหว่างเดือนมิถุนายนถึงพฤศจิกายน และในช่วงที่น้ำขึ้นสูงสุดจะอยู่ระหว่างเดือนตุลาคมและพฤศจิกายน จากปริมาณน้ำฝนที่ตกสะสมต่อเนื่องทำให้เกิดน้ำขังในพื้นที่และระบายออกไม่ทัน ปัจจัยเหล่านี้จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดน้ำท่วมซ้ำซากและประสบกับอุทกภัยอยู่บ่อยครั้ง



ภาพที่ 1 แผนที่น้ำท่วมซ้ำซากทางภาคใต้

ที่มา: กรมพัฒนาที่ดิน (2565)

จากงานวิจัยของ (Shandraseharan & Kulatunga, 2021) พบว่า ผู้ที่ประสบอุทกภัยส่วนใหญ่มักรับชมข่าวสารในรูปแบบวิดีโอมากกว่าข่าวที่มีข้อความมากจนเกินไป โดยเมื่อเปรียบเทียบกันแล้ว ข่าวที่อยู่ในรูปแบบของวิดีโอช่วยให้ผู้รับชมจดจำข่าวสารได้ดีกว่า ซึ่งอาจเป็นเพราะผู้ชมได้เห็นภาพเหตุการณ์ ตลอดจนจนภาษา น้ำเสียง และการสบตาหรือรูปแบบการรายงานข่าวที่เป็นเอกลักษณ์ของผู้ประกาศข่าว นอกจากนี้การใช้เทคนิคการตัดต่อทำให้สามารถนำเสนอเนื้อหาข่าวที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า มีการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของผู้สื่อข่าวและคุณค่าข่าวในหลายมิติ ซึ่งช่วยให้เข้าใจถึงความหลากหลายของการนำเสนอข่าวและการตอบสนองของผู้ชมต่อเนื้อหาข่าว (Harcup & O'neill, 2017) นอกจากนี้งานวิจัยที่ผ่านมา (Yu & Chen, 2021) ได้เน้นไป

ที่การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวในหลายมิติ รวมถึงการตีความข่าวอุทกภัย (Sadaf, 2011) และการรับรู้อันตรายจากอุทกภัย (Rashid, 2011) ส่วนในด้านการศึกษาที่มีส่วนร่วมของผู้ชมยูทูป เช่น การกดถูกใจ การแสดงความคิดเห็น และการแบ่งปัน งานวิจัยที่ผ่านมาได้สำรวจถึงผลกระทบของการมีส่วนร่วมของสาธารณชนต่อเนื้อหาข่าวบนแพลตฟอร์มดิจิทัล (Ngai et al., 2020) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยเหล่านี้ส่วนใหญ่เน้นไปที่สื่อในต่างประเทศ และยังไม่มีการศึกษาเฉพาะเกี่ยวกับข่าวอุทกภัยในประเทศไทย โดยเฉพาะบนแพลตฟอร์มยูทูป ดังนั้น การวิจัยนี้จึงมีความสำคัญในการเติมเต็มช่องว่างในองค์ความรู้เกี่ยวกับการนำเสนอข่าวอุทกภัยบนยูทูปในประเทศไทย และการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อเนื้อหาข่าวเหล่านี้

จากที่มาและความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงดำเนินการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวเหตุการณ์อุทกภัยภาคใต้ของประเทศไทยในช่วงฤดูมรสุมบนยูทูป เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการรายงานข่าวภัยพิบัติในอนาคตให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้ชมมากขึ้น บนแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งเป็นการลดความสูญเสียต่อชีวิตและทรัพย์สิน อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อในวงวิชาการสื่อสารภัยพิบัติ

## 1.2 คำถามวิจัย

รูปแบบการรายงานข่าวอุทกภัยที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้ชมบนยูทูปมีกี่รูปแบบ  
รูปแบบอะไรบ้าง

## 1.3 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษารูปแบบข่าวอุทกภัยที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้ชมบนยูทูป

## 1.4 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหาของวิดีโอการรายงานข่าวบนยูทูปเกี่ยวกับอุทกภัยทางภาคใต้ของประเทศไทยในช่วงฤดูมรสุม ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกมาเพื่อทำการศึกษา จำนวน 7 สำนักข่าว ได้แก่ One 31, Ch3, AMARIN TV, The Standard, อีจัน, The reporter และ Thai PBS

## 1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

**การรายงานข่าว (news reports)** หมายถึง การนำเสนอข้อมูลของสื่อมวลชนเกี่ยวกับเหตุการณ์ในสังคมที่เกิดขึ้นไปยังประชาชน โดยผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ ข่าว วิทยู โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น การรายงานข่าวที่ดีควรมีความถูกต้อง ครบถ้วน ทันเหตุการณ์ และนำเสนอในรูปแบบที่เข้าใจง่าย

**การมีส่วนร่วมของผู้ชม (engagement)** หมายถึง ยอดการรับชม กดถูกใจ และการแสดงความคิดเห็น ทั้ง 3 ยอด การมีส่วนร่วมของผู้ชมเป็นสิ่งสำคัญสำหรับเจ้าของเนื้อหา เนื่องจากเป็นการแสดงว่าผู้ชมมีปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหาดังกล่าว

**ยอดการรับชม (viewer)** หมายถึง คำที่ใช้ในบริบทของวิดีโอออนไลน์ เช่น ยูทูบ (YouTube) เพื่ออธิบายจำนวนครั้งที่วิดีโอถูกเปิดดูโดยผู้รับชม ยอดการรับชมเป็นสิ่งสำคัญสำหรับเจ้าของช่องเนื่องจากการแสดงว่าวิดีโอที่มีผู้สนใจและมีผู้ชมจำนวนมากเพียงใด

**การกดถูกใจ (like)** หมายถึง การแสดงความสนใจหรือความชอบต่อเนื้อหาหรือโพสต์ต่าง ๆ ที่ถูกใช้ในบริบทของสื่อสังคมออนไลน์บนแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น ยูทูบ (YouTube) และอื่น ๆ การกดถูกใจเป็นการแสดงว่าผู้ชมชื่นชอบและน่าจะสนใจเนื้อหานั้น

**การแสดงความคิดเห็น (comment)** หมายถึง การพิมพ์ข้อความเพื่อแสดงความคิดเห็นหรือตอบกลับเนื้อหาของโพสต์ดังกล่าว การแสดงความคิดเห็นเป็นการแสดงว่าผู้ชมสนใจเนื้อหานั้น ๆ และมีส่วนร่วมกับเนื้อหานั้น โดยการแสดงความคิดเห็นอาจรวมถึงการวิจารณ์ เสนอแนะ หรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

**เนื้อหาข่าว (news content)** หมายถึง ข้อความและภาพที่ทำให้ผู้ชมรับรู้ เข้าใจเหตุการณ์ที่นำเสนอเป็นข่าว โดยในการวิจัยนี้ระบุให้เนื้อหาข่าว หมายถึง ข้อความและภาพที่แสดงถึงลักษณะการนำเสนอองค์ประกอบของข่าว การนำเสนอผลกระทบต่อนื่องจากอุทกภัย การนำเสนอบทบาทของผู้ประกาศข่าว และการนำเสนอสิ่งที่สะท้อนอารมณ์

#### 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ช่วยให้ผู้ผลิตเนื้อหาข่าวเข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ชมบนยูทูบซึ่งจะช่วยให้ผู้ผลิตสามารถปรับปรุงและพัฒนาวิธีการนำเสนอข่าวอุทกภัยบนยูทูบได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบข่าวอุทกภัยที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้ชมบนยูทูป มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยงจากภัยพิบัติ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการรายงานข่าว
3. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับยูทูป
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยงจากภัยพิบัติ

##### 2.1.1 การจัดการความเสี่ยงจากภัยพิบัติ (disaster risk management)

การจัดการความเสี่ยงจากภัยพิบัติเป็นการลดความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากภัยพิบัติทางธรรมชาติและภัยพิบัติจากมนุษย์ โดยเป้าหมายของการลดความเสี่ยง คือ ลดผลกระทบจากภัยพิบัติที่จะเกิดขึ้นต่อสังคม ชุมชน และระบบนิเวศให้ได้รับผลกระทบน้อยที่สุด (Lavell & Maskrey, 2014) ซึ่งแนวทางนี้จะผสมผสานระหว่างทฤษฎี กลยุทธ์ นโยบาย และความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ในการจัดการกับความเสี่ยงที่กำลังจะเกิดขึ้น ทั้งในด้านการเตรียมพร้อมรับมือ การตอบสนองต่อภัย การบรรเทาทุกข์และการฟื้นฟูความเสียหายจากภัยพิบัติ เป็นแนวทางที่ครอบคลุมตั้งแต่ก่อนเกิด ระหว่างเกิด และหลังภัยพิบัติ

การจัดการความเสี่ยงจากภัยพิบัติ หมายถึงการนำนโยบายและกลยุทธ์การลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติมาใช้เพื่อป้องกันความเสี่ยงจากภัยพิบัติ การลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติที่มีอยู่ และจัดการกับความเสียหายที่เหลือ ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความสามารถในการฟื้นตัวและลดความสูญเสียจากภัยพิบัติได้ (UNDRR, 2023) โดยการดำเนินการด้านการจัดการความเสี่ยงจากภัยพิบัติสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทดังนี้

1. การจัดการความเสี่ยงจากภัยพิบัติเชิงป้องกัน (prospective disaster risk management) จะมุ่งเน้นไปที่การป้องกันไม่ให้เกิดภัยพิบัติขึ้น เช่น การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน การสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับภัยและการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติ
2. การจัดการความเสี่ยงจากภัยพิบัติเชิงแก้ไข (corrective disaster risk management) มุ่งเน้นไปที่การลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติที่มีอยู่ เช่น การปรับปรุงอาคารที่เสี่ยงต่อภัยพิบัติ การอพยพผู้คนในชุมชนออกจากพื้นที่เสี่ยง



3. การจัดการความเสี่ยงจากภัยพิบัติเชิงชดเชย (compensatory disaster risk management) หรือเรียกอีกอย่างว่า การจัดการความเสี่ยงที่เหลืออยู่ (residual risk management) มุ่งเน้นไปที่การจัดการกับผลกระทบจากภัยพิบัติหลังจากที่เกิดขึ้น เช่น การจัดหาที่พักพิงชั่วคราวให้กับผู้ประสบภัย การจ่ายเงินเยียวยาให้กับผู้ที่ได้รับผลกระทบ

### 2.1.2 วงจรการจัดการภัยพิบัติ (disaster management cycle)

วงจรการจัดการภัยพิบัติหมายถึง กระบวนการจัดการภัยพิบัติที่มีการดำเนินการอย่างเป็นระบบมีความต่อเนื่อง โดยอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนเพื่อที่จะทำให้แผนจากการจัดการกับภัยพิบัตินั้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น

วงจรการจัดการภัยพิบัติ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน (Higuchi, 2021) ดังนี้

1. การป้องกัน (prevention) การป้องกัน เป็นขั้นตอนที่สำคัญในการลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติ โดยมุ่งเน้นไปที่การลดสาเหตุและปัจจัยเสี่ยงที่อาจทำให้เกิดภัยพิบัติ เช่น การสร้างระบบเตือนภัยที่มีประสิทธิภาพ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่ทนทานต่อภัยพิบัติ การวางแผนผังเมืองที่คำนึงถึงความเสี่ยงจากภัยพิบัติ เป็นต้น

2. การเตรียมความพร้อม (preparedness) เป็นขั้นตอนที่ดำเนินการเพื่อเตรียมความพร้อมรับมือกับภัยพิบัติที่อาจเกิดขึ้น โดยมุ่งเน้นไปที่ความพร้อมทั้งในด้านบุคลากร ทรัพยากร และแผนปฏิบัติการ เช่น การฝึกซ้อมแผนฉุกเฉิน การจัดตั้งศูนย์อพยพ เป็นต้น

3. การตอบสนอง (response) เป็นขั้นตอนที่ดำเนินการเพื่อรับมือกับภัยพิบัติที่เกิดขึ้น โดยมุ่งเน้นไปที่การช่วยเหลือผู้ประสบภัยและบรรเทาความเสียหาย เช่น การค้นหาและช่วยเหลือผู้ประสบภัย การแจกจ่ายอาหารและน้ำ การซ่อมแซมสิ่งก่อสร้าง เป็นต้น

4. การฟื้นฟู (recovery) เป็นขั้นตอนที่ดำเนินการเพื่อฟื้นฟูสภาพหลังภัยพิบัติ โดยมุ่งเน้นไปที่การฟื้นฟูสภาพกายภาพและจิตใจของผู้ประสบภัย เช่น การซ่อมแซมสิ่งก่อสร้าง การช่วยเหลือเยียวยาผู้ประสบภัย เป็นต้น

โดยทั้ง 4 ขั้นตอน มีความสำคัญและจำเป็นที่จะต้องดำเนินการอย่างครบถ้วนและต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถจัดการกับภัยพิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นและสามารถลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นได้ ในขณะเดียวกันแผนการจัดการภัยพิบัติอาจมีการปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ที่เหมาะสม ซึ่งการจัดการภัยพิบัตินั้นไม่ใช่หน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐแต่เพียงอย่างเดียว แต่เป็นการร่วมมือกันของทุกภาคส่วนทั้งองค์กรต่าง ๆ รวมถึงประชาชนทุกคน

ดังนั้นเพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดการภัยพิบัติ ประชาชนจำเป็นต้องได้รับทราบข่าวสารที่มีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับการรายงานข่าวต่อไป

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการรายงานข่าว (news reports)

### 2.2.1 ข่าวที่ส่งผลต่ออารมณ์ของผู้ชม (sensational news)

Uribe and Gunter (2007) กล่าวว่า ข่าวที่สะเทือนอารมณ์เป็นข่าวที่มีลักษณะเน้นความ น่าสนใจเพื่อดึงดูดของผู้รับชมโดยมักจะใช้เทคนิคการเขียนหรือการสื่อสารที่ต้องการสร้างความ ตื่นเต้น ความสงสัย หรือความสนใจเพื่อให้ผู้ชม ซึ่งมีโอกาสที่จะกระตุ้นการตอบสนองทางอารมณ์ในผู้ รับชมมากกว่าข่าวอื่น ๆ โดยข่าวสะเทือนอารมณ์มักจะเน้นเรื่องราวเหตุการณ์ที่น่าสนใจสูง เช่น เหตุการณ์ภัยพิบัติ อาชญากรรม

Wang (2012) ได้กล่าวว่าข่าวสะเทือนอารมณ์ขึ้นซึ่งสามารถแบ่งตามเนื้อหาออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. ข่าวภัยพิบัติ เป็นเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อผู้คนมหาศาล มีลักษณะส่งผลกระทบต่อ อารมณ์ของผู้ชม ทั้งภัยพิบัติทางธรรมชาติและภัยพิบัติที่มนุษย์สร้างขึ้น
2. ข่าวเหตุการณ์อาชญากรรมร้ายแรง ซึ่งทำให้เกิดความตื่นตระหนกต่อผู้ชม โดยจะเป็น ข่าวในแนวอาชญากรรม การปล้นชิงทรัพย์ หรือการลักพาตัว
3. ข่าวของบุคคลสำคัญที่มีอิทธิพลต่อในวงการต่าง ๆ เช่น ดาราดังในวงการบันเทิง นักการเมือง หรือนักธุรกิจ
4. ข่าวเกี่ยวกับสุขภาพสุขภาพของประชาชน
5. ข่าวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและกีฬาและคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้คน

อย่างไรก็ตาม การแบ่งประเภทของข่าวสะเทือนอารมณ์ อาจแตกต่างกันไปในแต่ละที่หรือ ต่างวัฒนธรรม ข่าวที่ถูกพิจารณาว่าเป็นข่าวสะเทือนอารมณ์ จะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละ ประเทศ

จากข้อมูลข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมั่นใจว่า ข่าวภัยพิบัติ เป็นข่าวที่ส่งผลต่ออารมณ์ของผู้ชมได้ อย่างยิ่ง ซึ่งน่าจะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของสูง แต่อย่างไรก็ตาม เรายังจำเป็นต้องศึกษาอย่าง ละเอียดในงานวิจัยนี้ว่า การมีส่วนร่วมจะมีลักษณะเป็นอย่างไร เมื่อในข่าวภัยพิบัติมีองค์ประกอบของ ข่าวที่แตกต่างกัน จึงทำให้ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการนำเสนอ ข่าวต่อไป

### 2.2.2 รูปแบบการนำเสนอข่าว (news format)

รูปแบบการนำเสนอข่าว หมายถึง ลักษณะหรือวิธีการในการนำเสนอข่าวของแต่ละสำนักข่าว ซึ่งอาจแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ขององค์กร (Kim & Dennis, 2018) เป้าหมายของผู้ชม และวัตถุประสงค์ในการนำเสนอข่าวโดยมีรายละเอียดดังนี้

รายการข่าว (news program) คือรายการทางวิทยุ โทรทัศน์ ที่มีการเผยแพร่เป็นตารางเวลาแน่นอนในทุกวัน (Billings & Young, 2015) แต่ละสำนักข่าวมักรูปแบบและสไตล์ที่เฉพาะเจาะจงตามกลุ่มเป้าหมายขององค์กร และอาจมีองค์ประกอบที่หลากหลาย เช่น สัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข่าว และการสนทนา บางรายการข่าวอาจเป็นรูปแบบสด (live) เพื่อให้ผู้ชมได้รับทราบข่าวสารได้ในเวลาที่เหมาะสม

รายการข่าวมีโครงสร้างและรูปแบบที่ชัดเจน มีความหลากหลายในการนำเสนอ ซึ่งอาจแตกต่างกันไปในแต่ละช่องสื่อ (Bennett, 2016) โดยหลักจะประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ เช่น ช่วงต้นรายการ เนื้อหาหลัก ส่วนข่าวสารเพิ่มเติมและการสรุปสาระสำคัญ เนื้อหาข่าวมักถูกจัดระเบียบตามหัวข้อหรือหมวดหมู่ที่มีความสอดคล้องกัน เพื่อให้ผู้ชมสามารถเข้าใจเนื้อหาข่าวและนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้

การถ่ายทอดสดของรายการข่าว (live) หมายถึง การนำเสนอข่าวแบบเรียลไทม์ โดยมีการออกอากาศสดที่กำลังเกิดขึ้นหรือจากสตูดิโอ โดยไม่ผ่านการบันทึกหรือตัดต่อ (Ilan, 2021) นอกจากนี้การถ่ายทอดสด live ของรายการข่าวเป็นรูปแบบการนำเสนอที่ได้รับความนิยมมากขึ้น เนื่องจากสามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารได้ทันเหตุการณ์และตรงกับความเป็นจริงและยังสามารถช่วยเพิ่มอรรถรสของผู้ชมในการรับชมข่าวได้อีกด้วยเนื่องจากเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมีความสดใหม่

คลิปข่าว หมายถึง วิดีโอสั้นๆ ที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์หรือประเด็นข่าว โดยจะเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น ยูทูบและเฟซบุ๊ก (Kalogeropoulos et al., 2016) คลิปข่าวเป็นรูปแบบการนำเสนอข่าวที่ได้รับความนิยมมากขึ้น เนื่องจากเนื้อหาของคลิปข่าวไม่มีความยาวจนเกินไป และยังสามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารได้อย่างกระชับ เข้าใจง่ายมีการสรุปข้อมูลสำคัญเป็นอย่างดี และสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้ทุกประเภท

การสัมภาษณ์บุคคลเป็นวิธีการหนึ่งที่สื่อมวลชนใช้ในการนำเสนอข่าว เนื่องจากสามารถช่วยให้ผู้ชมหรือผู้อ่านได้รับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข่าวโดยตรง (Montgomery, 2008) เป็นการนำเสนอที่หลากหลายและน่าเชื่อถือมากกว่าการนำเสนอข่าวจากแหล่งข่าวเพียงแหล่งเดียว นอกจากนี้ การสัมภาษณ์บุคคลยังสามารถช่วยเพิ่มอรรถรสในการรับชมหรือรับฟังข่าวได้อีกด้วย นอกจากนี้ข่าวที่มีการสัมภาษณ์บุคคลเป็นรูปแบบการนำเสนอข่าวที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน

การพาดหัวข่าว หมายถึง การสรุปเนื้อหาของข่าวเป็นข้อความสั้น ๆ ให้เกิดความน่าสนใจ เพื่อดึงดูดผู้ชมให้เข้ามาอ่านเนื้อหาข่าวนั้น (Wang et al., 2005) การพาดหัวข่าวมีความสำคัญอย่าง

มากในการรายงานข่าว เนื่องจากเป็นองค์ประกอบแรกที่ผู้ชมจะพบเห็น ซึ่งหากการพาดหัวข่าวมีความน่าสนใจ ผู้ชมก็จะเกิดความอยากรู้อยากเห็นและอยากอ่านเนื้อหาข่าวต่อไป

Ifantidou (2009) ได้กล่าวว่า การพาดหัวข่าว โดยทั่วไปในประโยคจะไม่เกิน 10 คำ และการพาดหัวข่าวในแต่ละสไตล์ จะสามารถดึงดูดให้ผู้ชมเข้ามาอ่านเรื่องราวได้ตามความชอบของผู้อ่าน โดยปกติแล้วผู้อ่านส่วนใหญ่จะอ่านพาดหัวข่าว ก่อนอ่านเรื่องราวเนื้อหาหลักเสมอ

### 2.2.3 คุณค่าข่าว (news value)

คุณค่าข่าว (news value) ข่าวนั้นต้องมีคุณค่าในสายตาของผู้ชม โดยคุณค่าข่าว มีความหมายว่า ข่าวที่จะนำเสนอจำเป็นต้องมีความสำคัญและน่าสนใจต่อผู้ชม การใช้คุณค่าข่าวเป็นหลักเกณฑ์สำคัญในการเลือกข่าวที่จะนำเสนอ เพื่อที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้มากขึ้น

Harcup and O'neill (2017) ได้ระบุว่าคุณค่าข่าวร่วมสมัยมี 7 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ความทันเวลา (timeliness) หมายถึง เหตุการณ์ล่าสุดหรือข่าวด่วน ที่เกิดขึ้นเมื่อไม่นาน
2. ความบันเทิง (entertainment) หมายถึง ข่าวของดารานักแสดง นักร้อง
3. ความขัดแย้ง (conflict and controversy) หมายถึง เหตุการณ์ข้อพิพาทระหว่างประเทศ หรือเรื่องราวความขัดแย้งภายในประเทศ เช่น การนัดหยุดงาน การจลาจล และการก่อสงคราม
4. ความแปลกประหลาด (unusual) หมายถึง ข่าวที่รายงานการสำรวจและค้นพบสิ่งใหม่ เช่น การค้นพบดาวเคราะห์ดวงใหม่ หรือสัตว์ที่เพิ่งถูกค้นพบ
5. ข่าวดี (good news) หมายถึง ข่าวเรื่องราวความน่าประทับใจ เรื่องราวดี ๆ ในสังคม
6. ข่าวร้าย (bad news) หมายถึง ข่าวที่เกี่ยวกับการบาดเจ็บและการสูญเสียจากเหตุการณ์ต่าง ๆ
7. ข่าวที่นำเสนอผลการสำรวจความคิดเห็น (poll) หมายถึง การรายงานผลสำรวจทัศนคติของประชาชนเกี่ยวกับสิ่งที่กำลังเป็นกระแสสังคม

### 2.2.4 วิธีการรายงานข่าว (news reports)

การรายงานข่าวนั้นนอกจากจะเป็นการส่งต่อข้อมูลให้กับประชาชน เกี่ยวกับเรื่องราวเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม ยังเป็นการแสดงบทบาทของสื่ออีกด้วย โดย Mellado (2015) ได้ระบุว่าบทบาทผู้สื่อข่าวแบ่งออกได้เป็น 6 บทบาท ดังนี้

1. การแทรกแซง (intervention) หมายถึง การเข้าข้างฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดของผู้สื่อข่าวในการรายงานข่าว
  2. สุนัขเฝ้าบ้าน (watchdog) หมายถึง การรายงานข่าวที่ทำให้ผู้ชมได้ตั้งคำถามไปในประเด็นดังกล่าว เช่น เหตุการณ์ในการทุจริตหรือการฉ้อโกงต่าง ๆ
  3. ผู้ภักดีและอำนวยความสะดวก (loyal facilitator) หมายถึง การนำเสนอข่าวสนับสนุนเชิงนโยบายของรัฐบาล หรือผู้มีอำนาจ
  4. การบริการ (service) หมายถึง การรายงานข่าวแบบให้ความรู้ประชาชน เช่น บอกถึงวิธีการเตรียมความพร้อมรับมือกับภัยพิบัติที่กำลังจะเกิดขึ้น
  5. สาระบันเทิง (infotainment) หมายถึง การนำเสนอในอีกแง่มุมหนึ่งของบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น งานอดิเรก ครอบครัว และกิจการต่าง ๆ
  6. พลเมือง (civic) หมายถึง การนำเสนอข่าวตามความต้องการของพลเมือง การรับฟังข้อเรียกร้องและความคิดเห็นของประชาชน
- ทั้งนี้การรายงานข่าวในแต่ละสถานการณ์อาจมีลักษณะที่เฉพาะเจาะจง โดยในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาการรายงานข่าวอุทกภัยเป็นสำคัญ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการรายงานข่าวอุทกภัยไว้ดังนี้

#### 2.2.5 การรายงานข่าวอุทกภัย (topic of flood reports)

การรายงานข่าวอุทกภัย หมายถึง กระบวนการในการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับเหตุการณ์อุทกภัยต่อสาธารณะ โดยมุ่งหวังให้ประชาชนได้รับทราบรายละเอียดของสถานการณ์ปัจจุบันและผลกระทบที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อให้ประชาชนสามารถเตรียมพร้อมรับมือและแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Rashid (2011) ได้ระบุเนื้อหาที่มักปรากฏในการรายงานข่าวอุทกภัยไว้ดังนี้

1. ความเสียหายของอาคารบ้านเรือน (destruction or damage of buildings or homes)
2. ปัญหาทางธุรกิจหรือการปิดกิจการ (business problems or closings)
3. การอพยพและการขนส่ง (evacuation and transportation issues)
4. การเสียชีวิตและการบาดเจ็บ (death and injury)
5. นัยทางการเมือง (political implications)
6. เรื่องตื่นตระหนก (panic)
7. แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจหลังภัยพิบัติ (new outlook or growth)
8. ทุนทางสังคม (social support)

9. การปิดสถานที่ราชการ (closing of government offices)
10. พื้นที่ที่ได้รับผลกระทบ (affected area)
11. ความลึกของระดับน้ำ (water level depth)
12. การกักเก็บน้ำของเขื่อนในพื้นที่ (water storage by dams in the area)
13. การมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ในการรับมืออุทกภัย (the community's involvement in coping with disasters.)
14. บทบาทของหน่วยงานราชการในการช่วยเหลือและบรรเทาผลกระทบจากอุทกภัย (the role of government agencies in helping and mitigating the effects of flooding)
15. การเตรียมพร้อมรับมือในกรณีฉุกเฉิน (emergency preparedness)
16. มาตรการในการบรรเทาอุทกภัย (flood relief measures)

ดังที่ได้ทราบแล้วว่า การรายงานข่าวต่าง ๆ มีความแตกต่างกัน เนื่องจากเหตุการณ์ที่รายงานตลอดจนบทบาทของสื่อที่ทำการรายงาน ดังนั้นผู้วิจัยจึงทบทวนวรรณกรรม เกี่ยวกับสำนักข่าวในลักษณะต่าง ๆ เพราะเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์เนื้อหาที่ถูกรายงานจากสำนักข่าวที่แตกต่างกัน การทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับสำนักนักข่าว มีดังนี้

#### 2.2.6 สำนักข่าว (news agency)

สำนักข่าวเป็นองค์กรที่มีหน้าที่ในการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร เหตุการณ์ในช่วงเวลาปัจจุบัน คอยติดตามสถานการณ์ประเด็นสำคัญ Bovitz et al. (2002) เป็นตัวกลางในการสื่อสารข้อมูลกับประชาชนรวมถึงหน่วยงานต่าง ๆ และยังมีส่วนเสริมสร้างความเข้าใจในเรื่องราวที่เกิดขึ้นในสังคมให้ประชาชนสามารถเข้าใจสถานการณ์ได้อย่างรอบด้าน

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมของนักวิชาการ (Boumans et al., 2018; Fenton, 2010; Jakubowicz, 2007) ทำให้แบ่งสำนักข่าวตามช่องทางการเผยแพร่ ได้เป็น 3 ประเภท คือ 1) สำนักข่าวที่เผยแพร่ผ่านสื่อดั้งเดิมหรือที่เรียกว่า สื่อกระแสหลัก 2) สำนักข่าวที่เผยแพร่ข่าวทางออนไลน์ 3) สำนักข่าวสื่อสาธารณะ

1. สำนักข่าวที่เผยแพร่ผ่านสื่อดั้งเดิมหรือที่เรียกว่า สื่อกระแสหลัก
2. สำนักข่าวที่เผยแพร่ผ่านออนไลน์หรือที่เรียกว่า สื่อออนไลน์
3. สำนักข่าวของสื่อสาธารณะ

1. สำนักข่าวสื่อกระแสหลัก (mainstream media news agency)

สำนักข่าวสื่อกระแสหลัก หมายถึงสำนักข่าวที่เผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลผ่านสื่อดั้งเดิม เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ (Fenton, 2010) อย่างไรก็ตามสำนักข่าวสื่อกระแสหลักอาจมี

ข้อจำกัดอยู่ในการเผยแพร่ข้อมูลให้แก่ผู้ชมที่ช้ากว่าชาวสื่อออนไลน์ ซึ่งในปัจจุบันสำนักข่าวสื่อกระแสหลักได้มีการปรับเปลี่ยนมาเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ควบคู่กัน

### 2. สำนักข่าวออนไลน์ (online news agency)

สำนักข่าวออนไลน์ หมายถึง สำนักข่าวที่เผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลต่างๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย แอปพลิเคชัน เป็นต้น สำนักข่าวออนไลน์เกิดขึ้นในช่วงต้นทศวรรษ 1990 จากการที่อินเทอร์เน็ตเริ่มได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย (Boumans et al., 2018) ทำให้สำนักข่าวต่าง ๆ หันมาเผยแพร่ข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น

สำนักข่าวออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลต่างๆ ให้กับประชาชน โดยสามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย เข้าถึงได้ทั่วโลก มีการโต้ตอบกับผู้ชมได้ และสามารถเผยแพร่ข้อมูลได้แบบเรียลไทม์

นอกจากนี้หากแบ่งสำนักข่าวตามวัตถุประสงค์ อาจทำให้สามารถแบ่งสำนักงานข่าวออกมาเป็นสำนักข่าวที่มุ่งประโยชน์สาธารณะ และมุ่งประโยชน์ทางการค้า ซึ่งในประเทศไทยมีสำนักข่าวที่มุ่งประโยชน์สาธารณะอยู่ 1 สำนักข่าว ได้แก่ สำนักข่าวไทยพีบีเอส (Thai Public Broadcasting Service) และน่าจะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในครั้งนี้เพราะเหตุการณ์อุทกภัยเป็นสิ่งที่กระทบต่อสาธารณชนเป็นวงกว้าง โดยสำนักข่าวไทยพีบีเอสมีศูนย์พัฒนาการสื่อสารด้านภัยพิบัติ (disaster communication development center) ที่มีการนำเสนอข่าวภัยพิบัติอย่างครบถ้วนในทุกประเด็นของการจัดการภัยพิบัติ ซึ่งมีความสำคัญอย่างมากต่อประชาชนในการเตรียมตัวและเฝ้าระวังภัย และยังสามารถลดความสูญเสียทั้งทรัพย์สินและชีวิต (ไทยพีบีเอส, 2566) ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับสื่อสาธารณะไว้ดังนี้

### 3. สำนักข่าวสื่อสาธารณะ (public service media agency)

สำนักข่าวสื่อสาธารณะหมายถึง องค์กรสื่อที่ไม่แสวงหาผลกำไร นำเสนอข่าวที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม มีความเป็นกลาง สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของประชาชนทุกกลุ่ม (Jakubowicz, 2007) ให้ความสำคัญกับคุณภาพของข่าวมากกว่าจำนวนผู้ชม โดยยึดถือประโยชน์สาธารณะเป็นที่ตั้งตามข้อบังคับด้านจริยธรรมขององค์กร สื่อสาธารณะยังเป็นอิสระจากอิทธิพลของรัฐและกลุ่มทุน

สื่อสาธารณะมีบทบาทสำคัญในการทำหน้าที่เสมือนเป็นกระบอกเสียงของประชาชน ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ครบถ้วน และทันเหตุการณ์ เพื่อช่วยให้ประชาชนได้รับทราบสถานการณ์และเตรียมพร้อมรับมือกับภัยพิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ สื่อสาธารณะยังทำหน้าที่เป็นกลไกในการสร้างความตระหนักรู้และกระตุ้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบรรเทาและ

พื้นที่จากภัยพิบัติ และยังให้ความสำคัญในการติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด เพื่อรายงานให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารที่มีการอัปเดตอยู่เสมอ

เนื่องจากงานวิจัยนี้มุ่งศึกษาการรายงานข่าวบนยูทูป จึงได้ทำการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับข่าวออนไลน์เพิ่มเติม ดังนี้

### 2.2.7 ข่าวออนไลน์ (online news)

ข่าวออนไลน์หมายถึง ข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์และ สื่อสังคมออนไลน์ (Mitchelstein & Boczkowski, 2009) โดยมีลักษณะเด่น คือ ผู้รับชมสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทันที โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่

ข่าวออนไลน์เป็นสื่อรูปแบบหนึ่งที่ได้รับคามนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน เนื่องจากสามารถเข้าถึงได้ง่ายผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต เป็นต้น (Ksiazek et al., 2016) ซึ่งทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ตลอดเวลาและทุกสถานที่ โดยต่างจากสื่อดั้งเดิม เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ที่ต้องรอให้ถึงเวลาออกอากาศ หรือต้องไปรับชมตามสถานที่ต่าง ๆ นอกจากนี้ผู้ชมสามารถมีส่วนร่วมในการนำเสนอข่าวสารมากขึ้น จากเดิมที่ประชาชนเป็นผู้รับข่าวสารเพียงอย่างเดียว แต่ปัจจุบันประชาชนสามารถมีส่วนร่วมกับข่าวสาร โดยโดย การร่วมชม กดถูกใจ การแสดงความคิดเห็น และการแบ่งปัน

ข่าวออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการรับทราบข่าวสารของประชาชน โดยช่วยให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวกรวดเร็วและหลากหลายมุมมอง อย่างไรก็ตาม ผู้รับสารควรพิจารณาความน่าเชื่อถือของข่าวออนไลน์ก่อนรับข้อมูลข่าวสาร บทบาทของข่าวออนไลน์ในการรับทราบข่าวสารในด้านการจัดการภัยพิบัติ

ในการจัดการภัยพิบัติ ข่าวออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับประชาชน (Sari et al., 2021) โดยช่วยให้รับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภัยพิบัติได้อย่างทันท่วงที ดังนี้

1. การแจ้งเตือนภัยล่วงหน้า ข่าวออนไลน์สามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการแจ้งเตือนภัยล่วงหน้าถึงผลกระทบที่กำลังจะเกิดขึ้น เช่น พื้นที่ได้รับผลกระทบ ความรุนแรงของภัยพิบัติ และช่วงเวลาที่เกิดภัยพิบัติ เป็นต้น ซึ่งช่วยให้ประชาชนที่อยู่ในพื้นที่เสี่ยงสามารถเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติได้ทันท่วงที ได้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการแจ้งเตือนภัยล่วงหน้าถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งช่วยให้ประชาชนที่อยู่ในพื้นที่เสี่ยงสามารถเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติได้ทันท่วงที

2. การติดตามสถานการณ์ ข่าวออนไลน์สามารถรายงานสถานการณ์ภัยพิบัติแบบเรียลไทม์ ซึ่งช่วยให้ประชาชนสามารถติดตามสถานการณ์ได้อย่างใกล้ชิด และสามารถตัดสินใจรับมือภัยพิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ



3. การช่วยเหลือผู้ประสบภัย ชาวออนไลน์สามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความช่วยเหลือแก่ผู้ประสบภัย เช่น สถานที่ตั้งของศูนย์พักพิงชั่วคราว หน่วยงานที่ให้บริการช่วยเหลือผู้ประสบภัย รวมถึงชุมชนที่ต้องการความช่วยเหลือ เป็นต้น ซึ่งช่วยให้ผู้ประสบภัยสามารถเข้าถึงความช่วยเหลือได้อย่างทันที่

โดยสรุปแล้วชาวออนไลน์มีส่วนสำคัญในการช่วยให้ประชาชนรับมือกับภัยพิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามสื่อมวลชนควรตระหนักถึงความรับผิดชอบในการนำเสนอข่าวที่เกี่ยวข้องกับภัยพิบัติ การนำเสนอต้องมีความครบถ้วนมีความถูกต้องของข้อมูล เพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ จะเห็นได้ว่าชาวออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการจัดการภัยพิบัติในทุกชั้นตอนทั้ง 3 ช่วงเวลา ก่อนเกิดภัย ระหว่างเกิดภัยและหลังเกิดภัย โดยช่วยให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับชาวออนไลน์พบว่าในปัจจุบันผู้ชมรับชมชาวออนไลน์กันมากขึ้น ซึ่งผู้ชมสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ตลอดเวลาดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับยูทูปเพื่อให้ทราบบริบทของช่องทางการสื่อสารนี้ให้ละเอียดยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการออกแบบวิธีดำเนินการวิจัย และอภิปรายผลการวิจัยในขั้นต่อไป

## 2.3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับยูทูป

ยูทูปเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการเผยแพร่วิดีโอออนไลน์ โดยให้บริการฟรีสำหรับผู้ใช้งานทั่วไป อนุญาตให้ผู้ใช้งานสามารถมีส่วนร่วมกับวิดีโอได้ทั้งการรับชม กดถูกใจ แสดงความคิดเห็นและแบ่งปัน นอกจากนี้ยูทูปเป็นเว็บไซต์วิดีโอออนไลน์ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก มีบทบาทสำคัญในสังคมปัจจุบัน ทั้งในด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและความบันเทิง

ยูทูปคัดเลือกให้คลิปข่าวที่มีการมีส่วนร่วมสูง หรือมีความโดดเด่นมาแสดงในหน้าแรกของผู้ชม โดยปรากฏอยู่ในหัวข้อข่าวเด่น และวิดีโอที่กำลังมาแรง (YouTube Help, 2023b) ทั้งนี้ข่าวเด่น หมายถึง เป็นวิดีโอที่ได้รับความนิยมมากในช่วงเวลาหนึ่ง โดยเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่สำคัญในเวลานั้นหรือที่กำลังเกิดขึ้นในอนาคต วิดีโอที่กำลังมาแรงบนยูทูป หมายถึง วิดีโอจากทั่วโลกที่กำลังเป็นที่สนใจ ความนิยมบางอย่างนั้นก็คาดการณ์ได้ วิดีโอจะปรากฏบนแท็บมาแรงก็ต่อเมื่อมีการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวเป็นสาธารณะเท่านั้น สิ่งที่กำหนดว่าวิดีโอใดจะได้รับการจัดอันดับเป็นวิดีโอที่กำลังมาแรง มีดังนี้

1. สามารถดึงดูดผู้ชมได้เป็นจำนวนมาก
2. ไม่ทำให้เกิดการเข้าใจผิดหรือสร้างความตื่นตกใจ
3. การนำเสนอที่น่าสนใจของเจ้าของช่อง

4. ความแปลกใหม่ของเนื้อหา
5. ยอดการรับชม
6. ความเร็วในการสร้างยอดการรับชม
7. แหล่งที่มาของเนื้อหา
8. วันที่เผยแพร่วิดีโอ
9. คุณภาพความคมชัด

### 2.3.1 การมีส่วนร่วมของผู้ชมบนยูทูป

การมีส่วนร่วมของผู้ชมยูทูปที่สามารถวัดและแสดงผลในเชิงปริมาณ โดยที่ไม่จำเป็นต้องเป็นเจ้าของช่อง ได้แก่ ยอดการรับชม ยอดการกดถูกใจ และยอดการแสดงความคิดเห็น ซึ่งค่าว่าการรับชม การกดถูกใจ และการแสดงความคิดเห็นบนช่องทางยูทูป มีความหมายและวิธีการวัด (YouTube Help, 2023a) ดังนี้

#### 2.3.1.1 ความหมายและการวิธีการวัด

##### 1. การรับชม

ยอดการรับชมบนยูทูป หมายถึง จำนวนครั้งของวิดีโอที่มีการรับชมจากผู้ใช้งาน โดยยอดการรับชมจะเพิ่มขึ้นเมื่อมีการคลิกรับชมวิดีโอ การนับยอดการรับชมมีความสำคัญสำหรับผู้สร้างเนื้อหาบนยูทูป เนื่องจากมีผลต่อการกำหนดอัลกอริทึมการค้นหา การโฆษณา และความนิยมของวิดีโอในช่องทางในอนาคต

##### 2. การกดถูกใจ

การกดถูกใจบนยูทูปหมายถึง ที่ปุ่มไอคอนรูปนิ้วโป้งด้านล่างของวิดีโอเพื่อแสดงถึงความรู้สึกต่าง ๆ เช่น ชื่นชอบ สนุก หรือเนื้อหาที่น่าประทับใจ อื่น ๆ นอกจากนี้จำนวนการกดถูกใจยังเป็นหนึ่งในตัวชี้วัดความนิยมของวิดีโอดังกล่าวและเป็นส่วนสำคัญในการสนับสนุนเจ้าของช่องอีกด้วย

##### 3. การแสดงความคิดเห็น

การแสดงความคิดเห็นบนยูทูป เป็นการแสดงความคิดเห็นของผู้ใช้งาน โดยสามารถเขียนความคิดเห็นส่วนตัวลงใต้วิดีโอดังกล่าว อาจเป็นการตอบกลับหรือโต้แย้งกับผู้ใช้งานคนอื่น ๆ

### 2.3.2 ยอดผู้ติดตามช่อง

ยอดผู้ติดตามบนยูทูป คือจำนวนผู้ใช้งานที่ติดตามและเป็นสมาชิกของช่องดังกล่าว เพื่อรับการแจ้งเตือนเมื่อมีวิดีโอใหม่ที่อัปโหลดในช่องนั้น (YouTube Help, 2023a) นอกจากนี้ยอดผู้ติดตามยังเป็นตัวบ่งชี้ของความนิยมและความสำเร็จของช่อง

ความรู้ที่ได้รับจากข้อมูลข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การรับชมเป็นตัวชี้วัดแรกที่ทำให้เห็นถึงความสนใจของผู้ชม องค์กรประกอบข่าวที่มีการรับชมสูงแสดงถึงความน่าสนใจหรือความสำคัญขงเนื้อหา นั้น ๆ องค์กรประกอบข่าวที่มีการรับชมสูงแสดงถึงความสำเร็จในการดึงดูดความสนใจของผู้ชม องค์กรประกอบข่าวที่มีการรับชมน้อยกว่าอาจบ่งชี้ว่าองค์กรประกอบเหล่านั้นไม่สามารถดึงดูดความสนใจหรือมีความสำคัญที่น้อยกว่า ต่อมาการกดถูกใจเป็นตัวชี้วัดการตอบสนองทางอารมณ์หรือความชื่นชอบของผู้ชมต่อเนื้อหา การมีการกดถูกใจในระดับสูงบ่งบอกว่าองค์กรประกอบเหล่านั้นความสำเร็จในการสร้างเนื้อหาที่สะท้อนถึงความชื่นชอบหรือการยอมรับจากผู้ชม อย่างไรก็ตามการกดถูกใจในระดับต่ำมากบ่งชี้ว่าเนื้อหาดังกล่าวไม่นิยมหรือไม่เกี่ยวข้องกับผู้ชม สุดท้ายการแสดงความคิดเห็นเป็นตัวชี้วัดการมีส่วนร่วมที่เข้มข้นและเป็นการตอบสนองที่ผู้ชมต้องใช้ในการพิจารณาใคร่ครวญอย่างมาก โดยการแสดงความคิดเห็นในระดับสูงบ่งบอกว่าองค์กรประกอบเหล่านั้นประสบความสำเร็จในการกระตุ้นการสนทนาและการสร้างการมีส่วนร่วมที่มีความหมาย ส่วนการแสดงความคิดเห็นในระดับต่ำมากอาจบ่งชี้ว่าองค์กรประกอบเหล่านั้นไม่สามารถในการกระตุ้นการสนทนาหรือความสนใจที่จำกัดจากผู้ชม

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น หากนักสื่อสารภัยพิบัติต้องการให้วิดีโอข่าวของตนปรากฏอยู่ในหัวข้อข่าวเด่นหรือวิดีโอที่กำลังมาแรง จึงจะเป็นที่ที่จะต้องทำให้วิดีโอของตนมียอดการมีส่วนร่วมที่สูงในเวลาอันรวดเร็ว มีความเป็นปัจจุบันให้มากที่สุด และทำให้ช่องของตนเองเป็นแหล่งเนื้อหาที่มีความน่าเชื่อถือ

## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.5.1 งานวิจัยที่เกี่ยวกับบทบาทของผู้สื่อข่าวและคุณค่าข่าว

Mellado and Lagos (2014) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การแสดงบทบาทในเนื้อหาข่าว การวิเคราะห์ผลการปฏิบัติงานด้านวารสารศาสตร์ในหนังสือพิมพ์ระดับประเทศชิลี ในงานวิจัยนี้ได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหาบทบาทของผู้สื่อข่าวทั้ง 6 รูปแบบ ได้แก่ การแทรกแซง สุนัขเฝ้าบ้าน ภักดี บริการสารระบันเทิง และพลเมือง โดยทำการวิเคราะห์เนื้อหาข่าว จำนวน 1,988 เรื่อง ในปี ค.ศ. 2010 จากสำนักพิมพ์แห่งชาติจำนวน 5 แห่ง ได้แก่ El Mercurio, La Tercera, Las Últimas Noticias, La Cuarta และ La Nación และในกระบวนการวิจัยของงานนี้ได้ออกแบบ codebook เพื่อช่วยในการลงรหัสของเนื้อหาข่าวและใช้ในการวิเคราะห์เชิงปริมาณ เกี่ยวกับเรื่องความหลากหลายของรูปแบบบทบาทของนักข่าว จำนวน 83 ตัวแปร โดยในแต่ละตัวแปรจะมีค่าจำกัดความและตัวอย่างเหตุการณ์เพื่อที่จะได้มีการลงรหัสที่ถูกต้องและไม่เกิดความสับสน

Soltani (2015) ทำการศึกษาเรื่อง สื่อมวลชนกับบทบาทในการมีส่วนร่วมในการจัดการภัยพิบัติ ในบทความนี้ใช้วิธีทบทวนวรรณกรรมโดยการค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ google scholar

Science Direct และ Magiran บทความที่ตีพิมพ์ระหว่างปี ค.ศ. 2001-2014 โดยค้นหาจากคีย์เวิร์ด คำว่า Media, disaster and media, disaster, disaster management and media, and disaster management รวมถึงหนังสือที่ชื่อว่า Principals and Organization and Management และ Health and Treatment Management ผลการวิจัยของหลายบทความที่ตรงกันนั้น สรุปได้ว่าบทบาทของสื่อในสังคมมีความสำคัญอย่างยิ่งในการจัดการภัยพิบัติทั้ง 3 ช่วงได้แก่ ก่อนเกิดภัยพิบัติ ระหว่างเกิดภัยพิบัติ และหลังภัยพิบัติ

Sadaf (2011) ทำการศึกษาเรื่องบทบาทของสื่อต่อการรับรู้ของสาธารณชนโดยวัตถุประสงค์ 2 ประการของงานวิจัยนี้ คือ เพื่อค้นหาบทบาทของสื่อผ่านการรายงานข่าวและเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาข่าวในหนังสือพิมพ์กับระดับการรับรู้ของสาธารณชน โดยเก็บตัวอย่างจากคณาจารย์ 64 ท่านจากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ และแบบสอบถามอีกส่วนจากบุคคลทั่วไปอีก 93 คน ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่า สื่อมีบทบาทที่สำคัญในการรายงานข่าวให้สาธารณชนได้รับทราบถึงข้อมูล รวมถึงหนังสือพิมพ์มีส่วนสำคัญในการที่ทำให้สาธารณชนรับรู้เรื่องราวข่าวสารและมีการพูดคุยและแบ่งปันข้อมูลกันในวงกว้าง

Harcup and O'neill (2017) ศึกษาเรื่อง “ข่าวคืออะไร การทบทวนคุณค่าข่าว อีกครั้ง” โดยทำการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวหน้าแรกของหนังสือพิมพ์ จาก 10 สำนักข่าวชั้นนำของประเทศอังกฤษได้แก่ Daily Mirror, The Sun, Daily Express, Daily Mail, Daily Telegraph, The Guardian, The Independent, The Times, Evening Standard และ Metro โดยทำการวิเคราะห์เนื้อหา และทำการทดสอบความเที่ยงระหว่างผู้วิจัยและผู้ลงรหัส (coders) โดยใช้ค่าอัลฟาของ Krippendorff ที่สูงจะมีความเที่ยงสูง โดยกระบวนการนี้มีการทำซ้ำหลายครั้ง ผลการวิจัยพบว่าข่าวที่พบในหน้าแรกของหนังสือพิมพ์ ได้แก่ ข่าวการสอบสวน การสำรวจ โพล ข่าวร้าย ข่าวเกี่ยวกับความขัดแย้ง เช่น การนัดหยุดงาน การจลาจล และการทำสงคราม ข่าวเซอร์ไพรส์เป็นเรื่องราวที่มีความแปลกใหม่ ข่าวเรื่องราวที่จับกุมภาพถ่าย วิดีโอ เสียง ข่าวเรื่องราวบนโลกออนไลน์ที่มีการแชร์และแสดงความคิดเห็นผ่าน เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์และโซเชียลมีเดียรูปแบบอื่น ๆ ข่าวบันเทิง ข่าวการติดตามผล เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเรื่องในข่าวอยู่แล้วในก่อนหน้านี้ ข่าวผู้มีอำนาจ ข่าวที่มีอิทธิพลในเชิงวัฒนธรรม ข่าวที่เกี่ยวข้องกับระดับของพฤติกรรมสุดโต่ง ข่าวคนดัง และข่าวดี

จากการทบทวนวรรณกรรมทำให้ทราบว่า การศึกษาเนื้อหาข่าวด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณจำเป็นต้องมีการระบุประเด็นที่จะเก็บข้อมูล และต้องมีการวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของผู้ทำการลงรหัส โดยค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้รับความเชื่อถือในการพิสูจน์ความเที่ยงระหว่างผู้ลงรหัส คือ Krippendorff's alpha นอกจากนี้การทบทวนวรรณกรรมยังทำให้ทราบว่า บทบาทของผู้สื่อข่าวนั้นมีที่ประเภทโดยในแต่ละสำนักข่าวจะมีสไตล์การรายงานที่แตกต่างกัน ซึ่งน่าจะเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยนี้ในขั้นการวิเคราะห์เนื้อหาและอภิปรายผลการวิจัยต่อไป

### 2.5.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวอุทกภัย

Rashid (2011) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การตีความข่าวอุทกภัยและการรับรู้อันตรายจากอุทกภัยจากวาทกรรมของหนังสือพิมพ์เรื่องราวของน้ำท่วมในหุบเขาแม่น้ำแดง แมนิโทบา ประเทศแคนาดา ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาการรายงานข่าวอุทกภัยของหนังสือพิมพ์ Winnipeg Free Press ถึง 4 ประเด็น ได้แก่ 1 สาเหตุของอุทกภัย 2 ความเสียหายจากน้ำท่วมแบบเรียลไทม์และระดับความลึกของน้ำ พื้นที่ที่ได้รับความเสียหายจากอุทกภัย 3 มาตรการฉุกเฉิน และ 4 มาตรการในบรรเทาอุทกภัย พบว่า การรายงานข่าวของ Winnipeg Free Press เป็นต้นแบบของสื่อท้องถิ่นในการรายงานข่าวอุทกภัย เนื่องจาก มีการรายงานได้ครอบคลุมทั้งก่อนเกิดภัยพิบัติ ระหว่างประสบภัยพิบัติ หลังภัยพิบัติ และมีการรายงานถึงสถานการณ์แบบเรียลไทม์ รวมถึงใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน

Yu and Chen (2021) ทำการศึกษาเรื่อง อุทกภัยของพวกเขาและอุทกภัยของเรา: คุณค่าข่าวของรูปภาพอุทกภัยของ Associated Press และสำนักข่าว Xinhua. โดยการศึกษาในครั้งนี้ได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหาคุณค่าข่าวอุทกภัย ที่นำเสนอในรูปแบบภาพถ่ายของ 2 สำนักข่าวที่ต่างวัฒนธรรม Associated Press (AP) ที่มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ประเทศสหรัฐอเมริกาและ Xinhua News Agency (Xinhua) ตั้งอยู่ที่ประเทศจีน ข้อมูลที่ใช้ ประกอบไปด้วยภาพข่าวอุทกภัยและคำบรรยายใต้ภาพ การคัดเลือกข่าวใช้คำค้นหา (keywords) เดียวกัน คำว่า “อุทกภัย” และต้องอยู่ในกรอบเวลาเดียวกัน คือในปี ค.ศ.2020 บนเว็บไซต์ของสำนักข่าวตนเอง จากการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าในการนำเสนอข่าวอุทกภัยของ Associated Press และ Xinhua มักจะให้ความสำคัญกับข่าวเชิงลบ ผลกระทบ ความเป็นอยู่ของประชาชน แม้ว่า Associated Press และ Xinhua จะมีการนำเสนอที่คล้ายคลึงกัน แต่มีความต่างกันตรงที่ Associated Press จะนำเสนอรูปภาพผู้คนที่ประสบอุทกภัยมากกว่า ซึ่งสำนักข่าว Xinhua จะมีการนำเสนอรูปภาพสถานที่ประสบภัยเป็นส่วนใหญ่ เมื่อเปรียบเทียบกันแล้วซึ่งจะอาจจะตีความได้ว่า Associated Press ให้ความสำคัญกับประชาชนที่ประสบอุทกภัย และ Xinhua ได้ให้ความสำคัญในเชิงพื้นที่ได้รับผลกระทบ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวอุทกภัย ทำให้ผู้วิจัยทราบองค์ความรู้ในด้านนี้และยังพบอีกว่างานวิจัยต่าง ๆ เป็นงานวิจัยที่ศึกษากฎพิบัติในต่างประเทศ และยังไม่มียานวิจัยที่ศึกษาด้านการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวภัยพิบัติในประเทศไทย ซึ่งทำให้มั่นใจว่างานวิจัยครั้งนี้ น่าจะเป็นทำให้เกิดความรู้ที่จำเป็นสำหรับการสร้างการมีส่วนร่วมกับข่าวและจะนำไปสู่การจัดการภัยพิบัติที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้งานวิจัยที่ได้ทบทวนข้างต้นนี้จะเป็ประโยชน์ในการอภิปรายผลการวิจัยในครั้งนี้ต่อไป

### 2.5.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการกดถูกใจ การแสดงความคิดเห็น และการแบ่งปัน

Ngai et al. (2020) ทำการศึกษาเรื่อง “การต่อสู้กับวิกฤตสุขภาพของ COVID-19: การวิเคราะห์เนื้อหาของกลยุทธ์การสื่อสารและผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมของสาธารณะในโซเชียลมีเดีย” โดยทำการวิเคราะห์เนื้อหา การโพสต์ข้อมูล การกดถูกใจ การแสดงความคิดเห็น และการแบ่งปัน ของแพลตฟอร์ม Sina Weibo เกี่ยวกับข้อมูลโควิด-19 ของทางภาครัฐ จำนวน 608 รายการ ผลการวิจัยพบว่า การกดถูกใจการแบ่งปันโพสต์บนโซเชียลมีเดีย ส่งผลให้สาธารณชนตระหนักรู้เกี่ยวกับโควิด-19 และกระตุ้นให้พวกเขาดำเนินการป้องกัน การแบ่งปันโพสต์เกี่ยวกับโควิด-19 นั้นมีความสำคัญ เนื่องจากทำให้เข้าสู่ผู้ชมจำนวนมากได้เห็นข้อมูลข่าวสาร จึงอาจช่วยควบคุมการแพร่กระจายของไวรัสได้

Cui and Chu (2021) ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์เนื้อหาวิดีโอข่าวบนยูทูปที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นิวเคลียร์ฟุกุชิมะ โดยทำการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวบนยูทูปจากทางสำนักข่าว องค์กรการกุศล รวมถึงวิดีโอที่อัปโหลดจากบุคคลที่อยู่ในพื้นที่ จำนวน 111 วิดีโอ วัตถุประสงค์ของงานวิจัย เพื่อศึกษาถึงวิดีโอข่าวเหตุการณ์นิวเคลียร์ฟุกุชิมะ ที่เป็นที่ยอมรับของผู้รับชม โดยวัดจากจำนวนการกดถูกใจ การกดไม่ถูกใจ จำนวนการรับชม และการแสดงความคิดเห็นในเชิงบวกและเชิงลบ โดยผลการวิจัยพบว่า วิดีโอเป็นที่ยอมรับของผู้คน ได้แก่ คุณภาพของวิดีโอมีความคมชัด ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ล่าสุดในฟุกุชิมะ

Lai and Tang (2018) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ข้อมูลสารสนเทศและพฤติกรรมเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติในประเทศสหรัฐอเมริกา จีน และออสเตรเลีย เครื่องมือและการเก็บรวบรวมข้อมูล ในงานวิจัยนี้ใช้แบบสำรวจออนไลน์เป็นภาษาต้นทางของทั้ง 3 ประเทศ และนำมาแปลอีกครั้ง ในงานวิจัยได้มีการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับเมื่อเกิดเหตุการณ์ภัยพิบัติ ต่อประชาชนว่าได้รับข้อมูลข่าวสารจากช่องทางใดบ้าง ได้แก่ องค์กรข่าว เว็บไซต์ นักข่าว ครอบครัว เพื่อน และผู้เชี่ยวชาญ รวมถึง ประเด็นการรับชมข่าว การกดถูกใจการ แสดงความคิดเห็น และการแบ่งปันข้อมูล ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ในช่วงการเกิดภัยพิบัติ ประชาชนมีแนวโน้มที่จะแชร์ข้อมูลความรู้ให้แก่ผู้อื่น ซึ่งเป็นแรงจูงใจให้เกิดพฤติกรรมในการเตรียมพร้อมรับมือกับภัยพิบัติที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

García-Perdomo et al. (2018) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “จะแบ่งปันหรือไม่แบ่งปัน” โดยทำการวิเคราะห์เนื้อหาคุณค่าข่าวของสื่อออนไลน์และสื่อพื้นเมืองบนเฟซบุ๊กและทวิตเตอร์ จำนวน 600 ข่าว ของทั้ง 3 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา บราซิลและอาร์เจนตินา โดยทำการวิเคราะห์เนื้อหา และใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Krippendorff ในการคำนวณความน่าเชื่อถือของประเด็นข่าวระหว่างผู้วิจัยกับผู้ลงรหัส โดยผลการวิจัยพบว่า ในประเด็นที่มีความสอดคล้องกันของทั้ง 3 ประเทศ คือ

หัวข้อข่าวที่มีความสดใหม่จะมีผู้คนเข้าไปกดถูกใจ แสดงความคิดเห็นและแบ่งกันข่าวนั้นมากกว่าคนอื่น และในส่วนของข่าวประเด็นที่มีการแบ่งปันมากที่สุดเป็นเรื่องราวการแนะนำในการใช้ชีวิตและการให้แง่คิด

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า มีการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวภัยพิบัติที่เกี่ยวข้องกับยอดการกดถูกใจยอดการแสดงความคิดเห็น และยอดการแบ่งปัน ในกลุ่มตัวอย่างงานวิจัยที่ผ่านมาเป็นของประเทศจีน อังกฤษ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น บราซิลและอาร์เจนติน่า แต่ยังไม่พบว่ามีงานวิจัยที่ทำการศึกษารายงานข่าวอุทกภัยในประเทศไทย และยังทำให้ทราบลักษณะการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อเนื้อหาข่าวในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการอภิปรายผลการวิจัยในครั้งนี้

#### 2.5.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ บ็อกซ์พล็อต (boxplots)

Larsen (1985) กล่าวว่า บ็อกซ์พล็อตที่ได้รับการนำมาใช้โดย Tukey นักสถิติ นั้น ใช้เพื่อทำให้เข้าใจข้อมูลดังกล่าวได้อย่างรวดเร็ว สามารถนำไปใช้ในการนำเสนอข้อมูลได้หลากหลายประเภท เช่น การกระจายตัวทางสถิติพื้นฐานของประชากร ระยะห่างระหว่างส่วนต่าง ๆ สามารถระบุระดับของการกระจายของข้อมูล ความเบ้ของข้อมูล และยังช่วยระบุข้อมูลที่ผิดปกติได้ นอกจากนี้ บ็อกซ์พล็อตยังสามารถอธิบายผลการวิจัยได้ทั้งแนวตั้งและแนวนอน

จากการทบทวนวรรณกรรมทำให้ผู้วิจัยทราบว่า การนำเสนอข้อมูลผลการวิจัยในรูปแบบ บ็อกซ์พล็อต สามารถอธิบายถึงการกระจายตัวของข้อมูล ความเบ้ของข้อมูล และยังระบุข้อมูลที่ผิดปกติได้ ซึ่งน่าจะเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยนี้ในขั้นการนำเสนอผลการวิจัย

#### 2.5.5 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความเสี่ยงและภัยพิบัติ

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการลดความเสี่ยงจากภัย พบว่า ในปัจจุบันมีกรอบเซนได (Aitsi-Selmi et al., 2015) เป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งที่สามารถนำมาใช้เพื่อลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติ โดยมีเป้าหมายเพื่อลดการเสียชีวิตจากภัยพิบัติ ลดความเสียหายจากโครงสร้างพื้นฐาน โดยกรอบเซนไดมีเป้าหมาย ดังนี้

1. ลดอัตราการเสียชีวิตจากภัยพิบัติทั่วโลกให้ได้มากที่สุดภายในปี 2573 โดยมีเป้าหมายที่จะลดค่าเฉลี่ยต่ออัตราการเสียชีวิตของประชากรทั่วโลกกว่า 100,000 ราย โดยนับตั้งแต่ปีพ.ศ. 2563-2573
2. ลดจำนวนผู้ที่ได้รับผลกระทบทั่วโลกภายในปีพ.ศ. 2573 โดยมีเป้าหมายที่จะลดจำนวนลง ตัวเลขเฉลี่ยทั่วโลกต่อ 100,000 ราย

3. ลดการหยุดชะงักของเศรษฐกิจภายในประเทศที่ได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติโดยตรง ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ภายในปีพ.ศ. 2573
4. ลดความเสียหายต่อโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญจากภัยพิบัติ เช่น โรงพยาบาล สถานที่สำคัญทางเศรษฐกิจและเส้นทางการสัญจรที่สำคัญ
5. เพิ่มจำนวนประเทศที่มีการพัฒนากลยุทธ์ในการลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติในระดับชาติ และระดับท้องถิ่นระดับชาติให้มากขึ้นภายในปีพ.ศ. 2563
6. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศกับประเทศที่กำลังพัฒนาโดยทำการการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ประเทศดังกล่าวได้ดำเนินการลดความเสี่ยงในระดับท้องถิ่น ระดับชาติต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินงานของกรอบเซนได ภายในปีพ.ศ. 2573
7. เพิ่มการเตรียมพร้อมรับมือต่อภัยพิบัติและทำการพัฒนาระบบการเตือนภัยล่วงหน้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นภายในปีพ.ศ. 2573

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสรุปจากการทบทวนวรรณกรรมนี้ได้ว่า หากประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารที่มีคุณภาพ ทันเวลา น่าจะทำให้การเตรียมพร้อมรับมือ และการระดมความช่วยเหลือในช่วงเวลาวิกฤติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภัยพิบัติที่เกิดขึ้นจากอุทกภัย ซึ่งมักพบบ่อยและมีอาจความรุนแรงมากขึ้นในประเทศไทยและทั่วโลก มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของข่าว ซึ่งได้แก่ ความหมายของการลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติ วงจรการจัดการภัยพิบัติ การรายงานข่าว ข่าวที่ส่งผลต่ออารมณ์ผู้ชม องค์ประกอบของข่าว คุณค่าข่าว วิธีการรายงานข่าว การรายงานข่าวอุทกภัย สำนักข่าว ข่าวออนไลน์ และความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับยูทูป ไปพัฒนาเป็นแบบลงรหัส (ดูบทที่ 3) เพื่อที่จะทำการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์เนื้อหาในขั้นต่อไป (ดูบทที่ 4) เพื่อให้ทราบว่ารูปแบบของการรายงานข่าวอุทกภัยทางภาคใต้ของประเทศไทยในฤดูมรสุม มีกี่รูปแบบ และแต่ละรูปแบบมีลักษณะการมีส่วนร่วมของผู้ชมเป็นอย่างไร (ดูบทที่ 5)



### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยทำการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ผู้วิจัยใช้ใบลงรหัส (coding sheet) เพื่อบันทึกข้อมูล และคู่มือในการลงรหัส (coding manual) เพื่อใช้ประกอบกับการลงรหัส และมีผู้ลงรหัส 3 คน รายละเอียดของระเบียบวิธีวิจัย มีดังนี้

1. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา
2. วิธีการคัดเลือกตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

#### 3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ข่าวเหตุการณ์อุทกภัยภาคใต้ของประเทศไทยในช่วงฤดูมรสุมที่เผยแพร่บนยูทูป

#### 3.2 วิธีคัดเลือกตัวอย่าง

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มตัวอย่างแบ่งออก 3 กลุ่ม (Boumans et al., 2018; Fenton, 2010; Jakubowicz, 2007) ดังนี้

1. ช่องยูทูปของสำนักข่าวจากสื่อกระแสหลัก
2. ช่องยูทูปของสำนักข่าวออนไลน์
3. ช่องยูทูปของสำนักข่าวสื่อสาธารณะ

1. ช่องยูทูปของสำนักข่าวสื่อกระแสหลัก

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกสำนักข่าวสื่อกระแสหลักดังนี้

- 1.1. ช่องยูทูปของสำนักข่าวที่มีผู้ติดตามจำนวนมากที่สุด 3 ลำดับแรก
- 1.2. มีคลิปข่าวอุทกภัยภาคใต้ในช่วงฤดูมรสุม

ตารางที่ 1 ช่องสำนักข่าวจากสื่อกระแสหลัก

ชื่อสำนักข่าว	ยอดผู้ติดตามบนช่องทางยูทูป	บนช่องทางยูทูปมีคลิปข่าว อุทกภัยภาคใต้ในช่วงฤดูมรสุม
Workpoint Official	35.8 ล้าน บัญชี	ไม่มีคลิป
one31	33 ล้าน บัญชี	มีคลิป
Ch3	30.6 ล้าน บัญชี	มีคลิป
Ch7HD	16.3 ล้านบัญชี	ไม่มีคลิป
Thairath Online	16.1 ล้าน บัญชี	ไม่มีคลิป
AMARIN TV	14.7 ล้าน บัญชี	มีคลิป

\* ข้อมูล ณ วันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ. 2565

ตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าสำนักข่าวที่ตรงกับเกณฑ์ที่ 1 มี 6 สำนักข่าว ได้แก่ Workpoint Official, one31, Ch3, Ch7HD, Thairath Online และ AMARIN TV แต่เมื่อใช้เกณฑ์ที่ 2 จึงเหลือ 3 สำนักข่าว ได้แก่ One 31, Ch3 และ AMARIN TV

2. ช่องยูทูปของสำนักข่าวออนไลน์

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกสำนักข่าวออนไลน์ดังนี้

- 2.1. ช่องยูทูปของสำนักข่าวที่มีผู้ติดตามมากที่สุด 3 ลำดับแรก
- 2.2. มีคลิปข่าวอุทกภัยภาคใต้ในช่วงฤดูมรสุม

ตารางที่ 2 ช่องสำนักข่าวออนไลน์

ชื่อสำนักข่าว	ยอดผู้ติดตาม (บัญชี)	มีคลิปข่าวอุทกภัยภาคใต้ ในช่วงฤดูมรสุม
The Standard	1.77 ล้าน	มีคลิป
อีจัน	1.3 ล้าน	มีคลิป
The MATTER	9.14 หมื่น	ไม่มีคลิป
The Reporters	8.6 หมื่น	มีคลิป

\*ข้อมูล ณ วันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ. 2565

สำนักข่าวที่ตรงกับเกณฑ์ที่ 1 มี 4 สำนักข่าว ได้แก่ The Standard, อีจัน, The MATTER และ The Reporters จากนั้นเมื่อใช้เกณฑ์ที่ 2 จึงเหลือ 3 สำนักข่าว ได้แก่ The Standard อีจัน และ The Reporter

### 3. ช่องยูทูปของสำนักข่าวสื่อสาธารณะ

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกสำนักข่าวสื่อสาธารณะ ดังนี้

- 3.1. ช่องยูทูปของสำนักข่าวที่มีผู้ติดตามมากที่สุดตามลำดับ
- 3.2. มีคลิปข่าวอุทกภัยภาคใต้ในช่วงฤดูมรสุม

### ตารางที่ 3 ช่องยูทูปสำนักข่าวสื่อสาธารณะ

ชื่อสำนักข่าว	ยอดผู้ติดตาม	มีคลิปข่าวอุทกภัยภาคใต้ในช่วงฤดูมรสุม
Thai PBS	6.3 ล้าน บัญชี	มีคลิป

\*จัดบันทึกเมื่อวันที่วันที่ 30 พฤษภาคม 2565

สำนักข่าวที่ตรงกับเกณฑ์ที่ 1 มี 1 สำนักข่าว จากนั้นเมื่อใช้ที่ 2 จึงเหลือ 1 สำนักข่าว ได้แก่ Thai PBS

สรุปสำนักข่าวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้จึงได้แก่

1. สำนักข่าวสื่อกระแสหลัก ได้แก่ One31 Ch3 และ AMARIN TV
2. สำนักข่าวออนไลน์ ได้แก่ The Standard อีจัน และ The Reporter
3. สำนักข่าวสื่อสาธารณะ ได้แก่ Thai PBS

ผู้วิจัยใช้กำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกตัวอย่างคลิปยูทูป ดังนี้

เกณฑ์การคัดเลือกเข้า

เป็นวิดีโอคลิปที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับอุทกภัยภาคใต้ในช่วงฤดูมรสุม

เกณฑ์การคัดออก

1. เป็นคลิปวิดีโอข่าวอุทกภัยภาคใต้ในช่วงฤดูมรสุม แต่มีข่าวอื่นรวมอยู่ด้วย
2. เป็นคลิปที่มีเนื้อหาซ้ำกันจากช่องเดียวกัน

ผู้วิจัยใช้คำค้น น้ำท่วมภาคใต้ อุทกภัยภาคใต้และน้ำท่วมฤดูมรสุมภาคใต้ เพื่อค้นหาคลิปใน  
เว็บไซต์ยูทูป โดยกำหนดให้หาจากช่องที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

ภาพที่ 2 การค้นหาคลิปข่าวอุทกภัยภาคใต้ในช่วงฤดูมรสุม คำค้นหา “น้ำท่วมภาคใต้”

**THE STANDARD**  
@TheStandardNews · 3.17M subscribers · 10K videos  
STAND UP FOR THE PEOPLE สำนักข่าวที่มุ่งสร้างความเปลี่ยนแปลงเชิงบวกแก่สังคม >  
[bit.ly/TSEF2023rerunyt](https://bit.ly/TSEF2023rerunyt) and 5 more links  
Subscribed

Home Videos Shorts Live Podcasts Playlists Community **น้ำท่วมภาคใต้**

**เกาะติน้ำท่วมภาคใต้** ส่งกำลังใจถึงผู้ประสบภัยเมืองคอน | THE STANDARD Daily  
THE STANDARD · 6.9K views · Streamed 2 years ago  
รวมใจกำลังใจผู้ประสบภัยน้ำท่วมในภาคใต้กับ THE STANDARD Daily เกาะติน้ำท่วมภา...

**สำรวจ 'นครศรีธรรมราช'** ในวันที่น้ำท่วมหลากทั้ง 23 อำเภอ  
THE STANDARD · 6.9K views · 2 years ago  
นครศรีธรรมราชเป็นอีกแห่งจังหวัดภาคใต้ที่มีน้ำท่วมฉุเป็นประจ...

ภาพที่ 3 การค้นหาคลิปข่าวอุทกภัยภาคใต้ในช่วงฤดูมรสุม คำค้นหา “อุทกภัยภาคใต้”

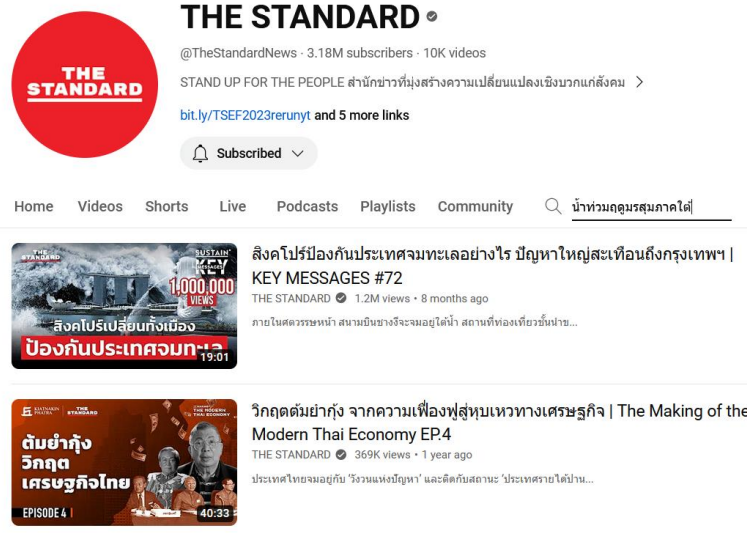
**THE STANDARD**  
@TheStandardNews · 3.18M subscribers · 10K videos  
STAND UP FOR THE PEOPLE สำนักข่าวที่มุ่งสร้างความเปลี่ยนแปลงเชิงบวกแก่สังคม >  
[bit.ly/TSEF2023rerunyt](https://bit.ly/TSEF2023rerunyt) and 5 more links  
Subscribed

Home Videos Shorts Live Podcasts Playlists Community **อุทกภัยภาคใต้**

**เกาะติน้ำท่วมภาคใต้** ส่งกำลังใจถึงผู้ประสบภัยเมืองคอน | THE STANDARD Daily  
THE STANDARD · 6.9K views · Streamed 3 years ago  
รวมใจกำลังใจผู้ประสบภัยน้ำท่วมในภาคใต้กับ THE STANDARD Daily เกาะติน้ำท่วมภา...

**สิงคโปร์ป้องกันประเทศมทะเลอย่างไร ปัญหาใหญ่สะเทือนถึงกรุงเทพฯ | KEY MESSAGES #72**  
THE STANDARD · 1.2M views · 8 months ago  
ภายในศตวรรษหน้า สหามมีเข้างจจะอยู่ใต้น้ำ สถานที่ท่องเที่ยวชั้นนำ...

ภาพที่ 4 การค้นหาคลิปข่าวอุทกภัยภาคใต้ในช่วงฤดูมรสุม คำค้นหา “น้ำท่วมฤดูมรสุมภาคใต้”



**THE STANDARD**  
 @TheStandardNews · 3.18M subscribers · 10K videos  
 STAND UP FOR THE PEOPLE สำนักข่าวที่มุ่งสร้างความเปลี่ยนแปลงเชิงบวกแก่สังคม >  
[bit.ly/TSEF2023rerunyt](https://bit.ly/TSEF2023rerunyt) and 5 more links  
 Subscribed

Home Videos Shorts Live Podcasts Playlists Community 🔍 น้ำท่วมฤดูมรสุมภาคใต้

**สิงคโปร์ป้องกันประเทศจมน้ำได้อย่างไร ปัญหาใหญ่สะท้อนถึงกรุงเทพฯ | KEY MESSAGES #72**  
 THE STANDARD · 1.2M views · 8 months ago  
 ภายใต้ศวรรษหน้า สหประชาชาติจะอนุญาตให้น้ำ สถานที่ท่องเที่ยวชั้นนำ...

**วิกฤตต้มยำกุ้ง จากความเฟื่องฟูสู่หนทางเศรษฐกิจ | The Making of the Modern Thai Economy EP4**  
 THE STANDARD · 369K views · 1 year ago  
 ประเทศไทยจะอยู่กับ 'ระลอกปัญหา' และติดกับสถานะ 'ประเทศรายได้ปาน...

จากนั้นผู้วิจัยคัดเล่นวิดีโอที่อยู่ในหน้าผลการค้นหา และหากพบว่าตรงกับเกณฑ์คัดออก ผู้วิจัยจึงทำการคัดวิดีโอชิ้นนั้นออกจากการเป็นกลุ่มตัวอย่างคลิปวิดีโอ

ภาพที่ 5 ตัวอย่างคลิปวิดีโอที่ถูกตัดออกเนื่องจากมีข่าวอื่นปนอยู่



ตารางที่ 4 สรุปจำนวนตัวอย่างคลิปข่าวที่ทำการคัดเลือกจากช่องทางที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่ม	ชื่อช่อง	จำนวนคลิป
กระแสหลัก	One31	5
	Ch3	25
	AMARIN TV	9
ออนไลน์	The Standard	3
	อีจัน	4
	The Reporter	3
สาธารณะ	Thai PBS	15
		รวม 64 คลิป

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. การพัฒนาแบบลงรหัสและคู่มือการลงรหัส
2. การพัฒนาความเที่ยงให้กลุ่มผู้ลงรหัส

#### 3.3.1 การพัฒนาแบบลงรหัสและคู่มือการลงรหัส

ผู้วิจัยได้สร้างแบบลงรหัส (coding sheet) เพื่อทำการบันทึกข้อมูลการรายงานข่าวอุทกภัยภาคใต้ของประเทศไทยในช่วงฤดูมรสุม ที่พัฒนามาจาก Mellado (2015)

แบบลงรหัส ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลของสำนักข่าว การรายงานข่าวอุทกภัย ผลกระทบต่อเนื่อง บทบาทของผู้ประกาศข่าว และข่าวที่สะท้อนอารมณ์ผู้ชม มีรายละเอียดดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ประเด็นและหัวข้อในแบบลงรหัส

ประเด็น	หัวข้อ
<b>ส่วนที่ 1 การนำเสนอองค์ประกอบของข่าว</b>	
ผู้ลงรหัส	คนที่ 1 - 3
วันที่จัดบันทึก	วัน เดือน ปี

ประเด็น	หัวข้อ
ชื่อสำนักข่าว	One 31, Ch3, AMARIN TV, The Standard, อีจัน, The Reporter และ Thai PBS
การมีส่วนร่วม	การรับชม, กดถูกใจ, ความคิดเห็น
การพาดหัว	แบบให้ข้อมูล, แบบหือหาว
การนำเสนอ	รายการข่าว, คลิปเสียงและภาพสัมภาษณ์
<b>ส่วนที่ 2 การนำเสนอผลกระทบเนื่องจากอุทกภัย</b>	
การประกาศเตือนภัย	มี, ไม่มี
พื้นที่ได้รับผลกระทบเฉพาะแห่ง	มี, ไม่มี
อพยพ	มี, ไม่มี
ระดับน้ำ	มี, ไม่มี
ภาพน้ำ	น้ำไหลป่า, น้ำไหลไม่แรง, น้ำนิ่งและไม่มีภาพน้ำ และไม่มี
ปัญหาการจราจร	มี, ไม่มี
การปิดสถานที่ต่าง ๆ	มี, ไม่มี
ภาพความเสียหาย	รถยนต์, ไร่สวน, บ้านเรือนและไม่มีภาพความเสียหายและไม่มี
<b>ส่วนที่ 3 การนำเสนอบทบาทของผู้ประกาศข่าว</b>	
ผู้ประกาศข่าวให้คำแนะนำการเอาตัวรอด	มี, ไม่มี
ผู้ประกาศข่าวขอให้ผู้รายงานสถานการณ์	มี, ไม่มี
ผู้ประกาศข่าวผู้ประสบภัย	มี, ไม่มี
ผู้ประกาศใช้คำขยาย	มี, ไม่มี
ประชาชนใช้คำขยาย	มี, ไม่มี
ผู้ประกาศข่าวแสดงความเสียใจ	มี, ไม่มี
คลิปจากประชาชน	มี, ไม่มี
การสัมภาษณ์	ผู้ประสบภัย, รัฐบาล, ฝ่ายค้าน, หน่วยงานราชการ

ประเด็น	หัวข้อ
	และไม่มี
ชุมชนถูกละเลย	มี, ไม่มี
ภาพลักษณ์เชิงบวกดารา	มี, ไม่มี
สรุปเหตุการณ์อุทกภัย	มี, ไม่มี
<b>ส่วนที่ 4 การนำเสนอสิ่งที่สะท้อนอารมณ์</b>	
ประชาชนตื่นตระหนก	มี, ไม่มี
อารมณ์ในเชิงบวก	มี, ไม่มี
อารมณ์ในเชิงลบ	มี, ไม่มี
ผู้เสียชีวิต	มี, ไม่มี
ผู้บาดเจ็บ	มี, ไม่มี
การช่วยเหลือคนที่ถูกเดิน	ติดตามกลางน้ำท่วม, การทำ CPR, ประชาชน ลอยคอ, และไม่มี

ผู้วิจัยได้ปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อช่วยตรวจสอบใบลงรหัส (coding sheet) และคู่มือในการลงรหัส (coding manual) ซึ่งแสดงความหมาย และภาพประกอบหรือข้อความ ที่เป็นตัวอย่างของตัวเลือกต่าง ๆ ในแบบลงรหัส จากนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการปรับปรุงตามคำแนะนำ และนำไปใช้ในการพัฒนาผู้ลงรหัสให้มีความเที่ยงที่เหมาะสมในขั้นต่อไป

### 3.3.2 การทดสอบความเที่ยงระหว่างผู้ลงรหัส (intercoder reliability)

การทดสอบความเที่ยงระหว่างผู้ลงรหัส มีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยทำการอธิบายเป้าหมาย วัตถุประสงค์ ของการวิจัย ตลอดจนขั้นตอนการวิจัยกับผู้ลงรหัส 2 คน และทำการแยกกันลงรหัส นอกจากนี้เพื่อให้ผู้วิจัยตรวจสอบการลงรหัสของผู้ลงรหัสแต่ละรายได้อย่างสะดวก ผู้วิจัยจึงขอให้ผู้ลงรหัสทำการลงรหัสในใบลงรหัสแบบกระดาษ และขอให้ผู้ลงรหัสจดบันทึกข้อสงสัยที่เกิดขึ้นในระหว่างการลงรหัสไว้ในใบลงรหัสแบบกระดาษไว้ด้วย

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยนำผลที่ได้จากผู้ลงรหัส 3 คน (ผู้วิจัย 1 คน และผู้ลงรหัส 2 คน) ในการลงรหัสแต่ละข้อมาทำการทดสอบด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ (Krippendorff, 2018) โดยกำหนดให้ค่าที่ยอมรับว่ามีความเที่ยงระหว่างผู้ลงรหัส คือ ค่าระหว่าง 0.80 – 1 โดยในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้ทำการ



ทดสอบความน่าเชื่อถือระหว่างผู้ลงรหัสถึง 5 ครั้ง (ภาคผนวก 5) ทั้งนี้ผู้วิจัยได้จัดการประชุมผู้ลงรหัส เพื่อให้ผู้ลงรหัสแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอต่าง ๆ ที่เกิดในระหว่างการลงรหัสด้วย ซึ่งทุกครั้งผู้วิจัยได้ทำการชี้แจงและปรับปรุงใบลงรหัส (coding sheet) และคู่มือการลงรหัส (coding manual) ให้ชัดเจนขึ้นด้วย ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ลงรหัสเข้าใจการลงรหัสในแต่ละข้ออย่างชัดเจน และมีมาตรฐานเดียวกัน

ขั้นตอนที่ 3 เมื่อค่าความเที่ยงระหว่างผู้ลงรหัสอยู่ในช่วงที่ยอมรับได้แล้ว ผู้วิจัยจึงเริ่มทำการลงรหัส โดยแบ่งคลิปที่ลงรหัสจำนวนเท่า ๆ กัน ระหว่างผู้วิจัยกับผู้ลงรหัสอีก 2 คน โดยมีวิธีการแบ่งดังนี้

คลิปที่ 1 เป็นของผู้วิจัย คลิปที่ 2 เป็นของผู้ลงรหัสคนที่ 1 และคลิปที่ 3 เป็นของผู้ลงรหัสคนที่ 2 โดยทำแบบนี้เรื่อยไปจนครบ 64 คลิปที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้งานวิจัยนี้ ดังนั้นผู้ลงรหัสคนที่ 1 และ 2 จึงลงรหัสคนละ 21 คลิป และผู้วิจัยลงรหัส 22 คลิป

ขั้นตอนที่ 4 หลังจากการลงรหัสครบ 64 คลิป ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้รับจากผู้ลงรหัสทุกคนมาทำการทดสอบความเที่ยงระหว่างผู้ลงรหัสอีกครั้ง เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ลงรหัสทุกคนยังมีความเที่ยงในการลงรหัส โดยทำการสุ่มคลิปของแต่ละคนจำนวนไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 (คนละ 3 คลิป) และทำการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Krippendorff เช่นเดิม ผลที่ได้พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ยังอยู่ในช่วงที่ยอมรับได้ (0.8-1) (ภาคผนวก 5.1) ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือช่วยคำนวณค่าความเที่ยงระหว่างผู้ลงรหัสในแต่ละหัวข้อ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่เข้าถึงได้ผ่านยูอาร์แอล (<http://dfreelon.org/utills/recalfront/recal-oir/?fbclid=IwAR07h7qnV24Cye30YG5uOwoZsPY4PTiBuyKlbocjpwFBYydGs5p9o-8prLU>)

ขั้นตอนที่ 5 ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการลงรหัสบนแบบกระดาษมาทำการลงรหัสด้วยรูปแบบดิจิทัล ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบฟอร์มออนไลน์ของเซอร์เวย์มังกี้ (Survey Monkey) เนื่องจากนำข้อมูลที่กรอกออกมาเป็นไฟล์ SPSS หรือไฟล์ excel ได้โดยอัตโนมัติ ซึ่งทำให้สะดวกต่อการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

### 3.4 การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ statistical package for the social sciences (SPSS) เวอร์ชัน 29 นำเสนอในรูปแบบของบ็อกซ์พล็อตอย่างง่าย (simple boxplot) และตาราง เพื่อระบุค่าสถิติ ค่าต่ำที่สุด (minimum; Min), (percentile 05; P 05), (percentile 25; P 25), (median; Med), (percentile 75; P 75), (percentile 95; P 95), (maximum; Max), (inter quartile range; IQR) ในการอธิบายยอดการรับชม การกดถูกใจ และการแสดงความคิดเห็นของข่าวในรูปแบบต่าง ๆ เพราะเป็นสถิติเชิงพรรณนาที่เหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีความผิดปกติ (outlier) ในระดับสูง ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจสภาพของข้อมูลได้ดีกว่าการ

วิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (mean and standard deviation) (Larsen, 1985)



## บทที่ 4

### ผลการศึกษาวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบข่าวอุทกภัยที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้ชมบนยูทูป กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ คลิปการรายงานข่าวอุทกภัยภาคใต้ของประเทศไทยในช่วงฤดูมรสุมบนยูทูป จาก 7 สำนักข่าว จำนวน 64 คลิป ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 การนำเสนอองค์ประกอบของข่าว

ส่วนที่ 2 การนำเสนอผลกระทบต่อนื่องจากอุทกภัย

ส่วนที่ 3 การนำเสนอบทบาทของผู้ประกาศข่าว

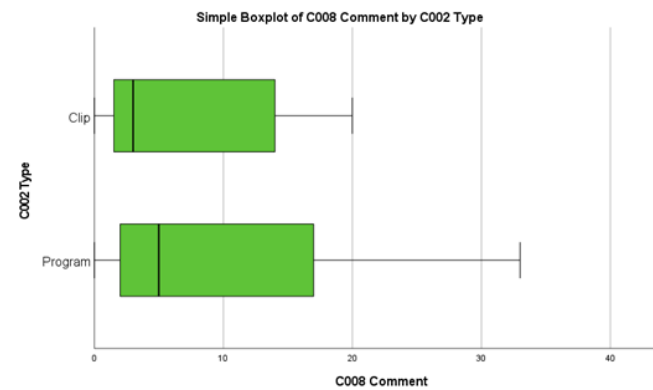
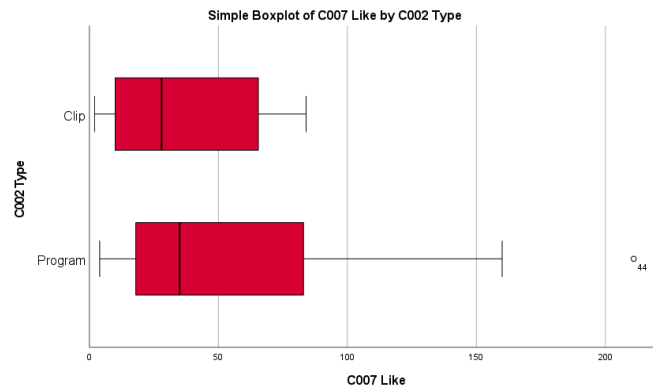
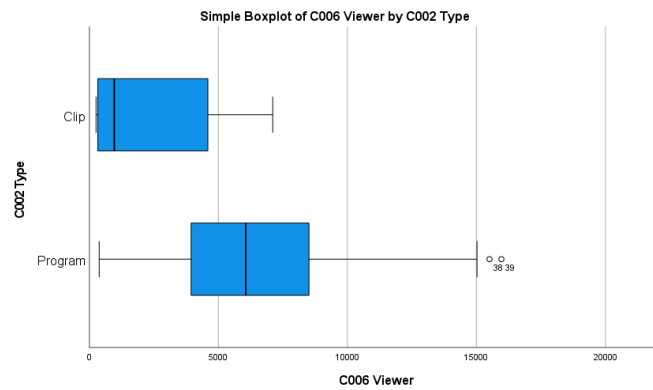
ส่วนที่ 4 การนำเสนอสิ่งที่สะท้อนอารมณ์



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

#### 4.1 การนำเสนอองค์ประกอบของข่าว

ภาพที่ 6 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีรูปแบบการนำเสนอข่าวที่แตกต่างกัน



(ค) ความคิดเห็น

ตารางที่ 6 การนำเสนอข่าว

		Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR
รับชม	รายการ	379	710	3,944	6,059	8,511	142,533	343,114	138,589
	คลิปเสียง และภาพ สัมภาษณ์	260	260	318	966	6,708	51,109	51,109	50,791
	ถูกใจ	4	6	18	35	83	1,500	3,400	1,482
ถูกใจ	รายการ	4	6	18	35	83	1,500	3,400	1,482
	คลิปเสียง และภาพ สัมภาษณ์	2	2	9	28	75	649	649	640
	ความคิดเห็น	0	0	2	5	17	173	667	171
ความคิดเห็น	รายการ	0	0	2	5	17	173	667	171
	คลิปเสียง และภาพ สัมภาษณ์	0	0	1	3	14	99	99	98

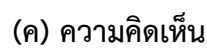
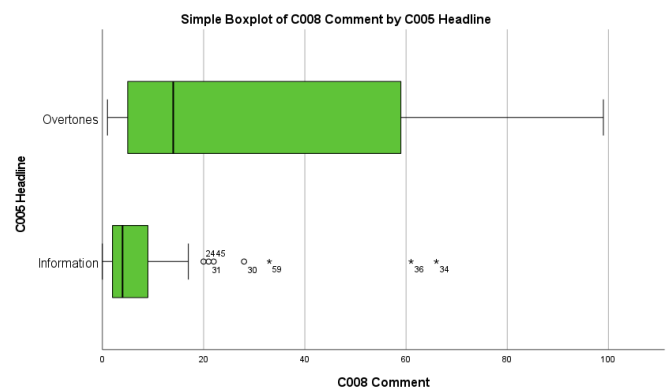
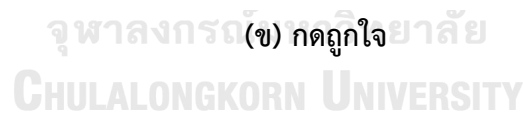
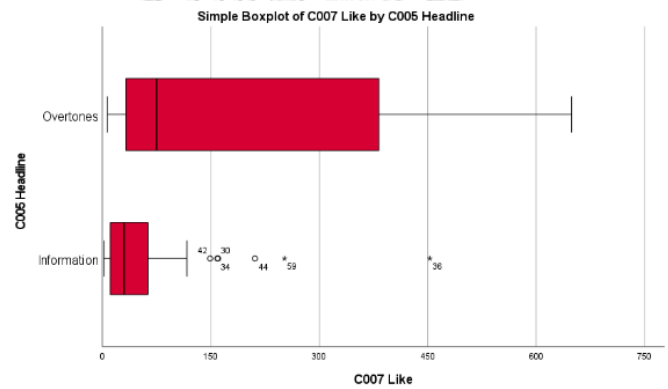
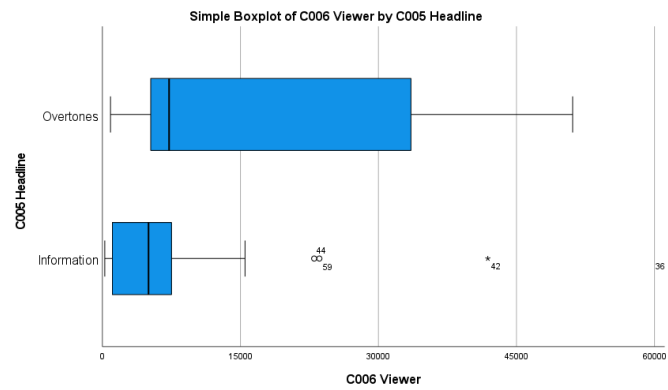
บ็อกซ์พล็อตทั้ง 3 รายการแสดงถึงการรับชม กดถูกใจ และความคิดเห็น ของการนำเสนอข่าวทั้ง 2 ประเภท ได้แก่ รายการข่าวและคลิปเสียงและภาพสัมภาษณ์เพื่อทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมกับเนื้อหาทั้ง 2 ประเภท ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

1. การรับชม
  - 1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมรายการข่าวอยู่ที่ 6,059 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 138,589
  - 1.2. ค่ามัธยฐานการรับชมคลิปเสียงและภาพสัมภาษณ์อยู่ที่ 966 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 50,791
2. การกดถูกใจ
  - 2.1. ค่ามัธยฐานกดถูกใจรายการข่าวอยู่ที่ 35 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 1,482
  - 2.2. ค่ามัธยฐานกดถูกใจคลิปเสียงและภาพสัมภาษณ์อยู่ที่ 28 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 640
3. ความคิดเห็น
  - 3.1. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นรายการข่าวอยู่ที่ 5 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 171
  - 3.2. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นคลิปเสียงและภาพสัมภาษณ์อยู่ที่ 3 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 98
4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ
  - 4.1. ค่ามัธยฐาน (median) ค่ามัธยฐานการมีส่วนร่วมของรายการข่าวสูงกว่าคลิปเสียงและภาพสัมภาษณ์

- 4.2. การกระจายของข้อมูล inter quartile range (IQR) รายการข่าวมีการกระจายข้อมูลสูงกว่าคลิปเสียงและภาพสัมภาษณ์
- 4.3. ข้อมูลที่ผิดปกติ (outlier) รายการข่าวมีข้อมูลที่ผิดปกติสูงกว่าคลิปเสียงและภาพสัมภาษณ์



ภาพที่ 7 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีรูปแบบการพาดหัวข่าวที่แตกต่างกัน



ตารางที่ 7 การพาดหัวข่าว

		Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR
รับชม	ให้ข้อมูล	260	318	1,075	5,023	7,519	23,587	61,526	22,512
	หือหาว	887	887	4,713	7,257	51,109	343,114	343,114	338,401
ถูกใจ	ให้ข้อมูล	2	4	11	30	63	211	453	200
	หือหาว	7	7	32	75	649	3,400	3,400	3,368
ความ	ให้ข้อมูล	0	0	2	4	9	61	145	59
คิดเห็น	หือหาว	1	1	5	14	99	667	667	662

บ็อกซ์พล็อตทั้ง 3 รายการแสดงถึง การรับชม การถูกใจ และความคิดเห็นของการพาดหัวข่าวทั้ง 2 ประเภท ได้แก่ การพาดหัวข่าวแบบให้ข้อมูลเพื่อทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมกับเนื้อหาทั้ง 2 ประเภท ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

#### 1. การรับชม

- 1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมการพาดหัวข่าวแบบให้ข้อมูลอยู่ที่ 5,023 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 22,512
- 1.2. ค่ามัธยฐานการรับชมการพาดหัวข่าวแบบหือหาวอยู่ที่ 7,257 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 338,401

#### 2. กดถูกใจ

- 2.1. ค่ามัธยฐานกดถูกใจการพาดหัวข่าวแบบให้ข้อมูลอยู่ที่ 30 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 200
- 2.2. ค่ามัธยฐานกดถูกใจการพาดหัวข่าวแบบหือหาวอยู่ที่ 75 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 3,368

#### 3. ความคิดเห็น

- 3.1. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นการพาดหัวข่าวแบบให้ข้อมูลอยู่ที่ 4 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 59
- 3.2. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นการพาดหัวข่าวแบบหือหาวอยู่ที่ 14 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 662

#### 4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ

- 4.1. ค่ามัธยฐาน (median) ค่ามัธยฐานการมีส่วนร่วมของการพาดหัวข่าวแบบหือหาวสูงกว่าการพาดหัวข่าวแบบให้ข้อมูล

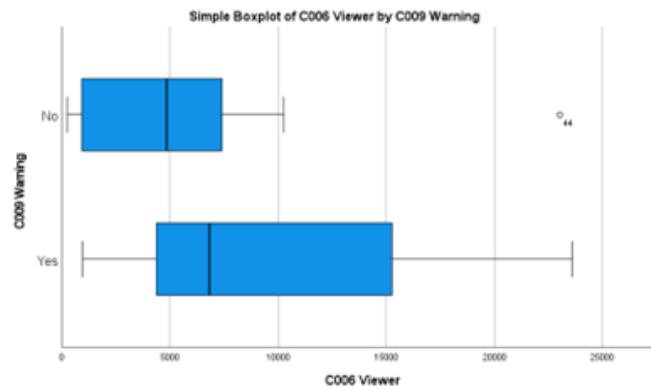


- 4.2. การกระจายของข้อมูล inter quartile range (IQR) การพาดหัวข่าวแบบหือหาว มีการกระจายตัวของข้อมูลสูงกว่าการพาดหัวข่าวแบบให้ข้อมูล
- 4.3. ข้อมูลที่ค่าผิดปกติ (outlier) การพาดหัวข่าวแบบหือหาวมีข้อมูลที่ผิดปกติสูงกว่าการพาดหัวข่าวแบบให้ข้อมูล

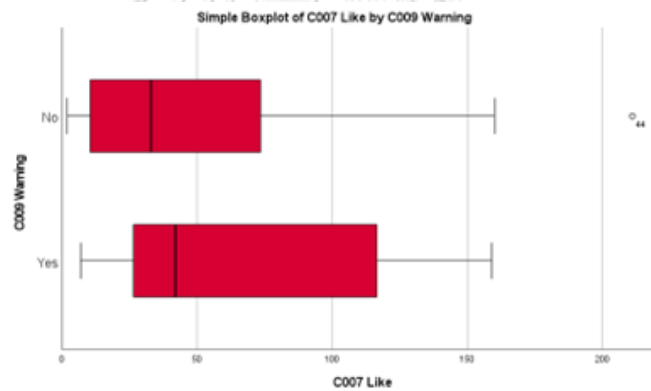


## 4.2 การนำเสนอผลกระทบต่อเนื่องจากอุทกภัย

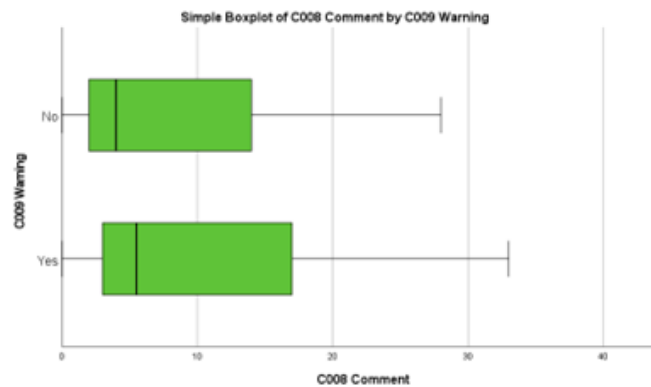
ภาพที่ 8 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงผลกระทบด้านลบ



(ก) การรับชม



(ข) กดถูกใจ



(ค) ความคิดเห็น

ตารางที่ 8 การประกาศเตือนภัย

	การประกาศเตือนภัย	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR
รับชม	มี	966	1,075	4,367	6,825	15,268	177,043	343,114	172,676
	ไม่มี	260	295	922	4,849	7,407	56,318	142,533	55,396
ถูกใจ	มี	7	9	27	42	117	1,500	3,400	1,473
	ไม่มี	2	4	11	33	74	551	1,900	540
ความคิดเห็น	มี	0	0	3	6	17	173	667	170
	ไม่มี	0	0	2	4	14	122	425	120

บ็อกซ์พล็อตทั้ง 3 รายการแสดงถึงการรับชม กดถูกใจ และความคิดเห็น ของข่าวการเตือนภัยทั้ง 2 ประเภท ได้แก่ ข่าวที่มีการประกาศเตือนภัยและข่าวที่ไม่มีการประกาศเตือนภัย เพื่อทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมกับเนื้อหาทั้ง 2 ประเภท ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

#### 1. การรับชม

- 1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมข่าวที่มีการประกาศเตือนภัยอยู่ที่ 6,825 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 172,676
- 1.2. ค่ามัธยฐานการรับชมข่าวที่ไม่มีการประกาศเตือนภัยอยู่ที่ 4,849 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 55,396

#### 2. กดถูกใจ

- 2.1. ค่ามัธยฐานกดถูกใจข่าวที่มีการประกาศเตือนภัยอยู่ที่ 42 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 1,473
- 2.2. ค่ามัธยฐานกดถูกใจข่าวที่ไม่มีการประกาศเตือนภัยอยู่ที่ 33 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 540

#### 3. ความคิดเห็น

- 3.1. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นข่าวที่มีการประกาศเตือนภัยอยู่ที่ 6 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 170
- 3.2. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นข่าวที่ไม่มีการประกาศเตือนภัยอยู่ที่ 4 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 120

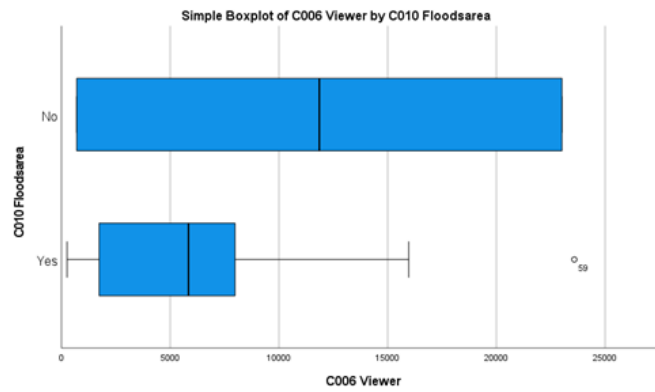
#### 4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ

- 4.1. ค่ามัธยฐาน (median) ค่ามัธยฐานการมีส่วนร่วมของข่าวที่มีการประกาศเตือนภัยสูงกว่าข่าวที่ไม่มีการประกาศเตือนภัย

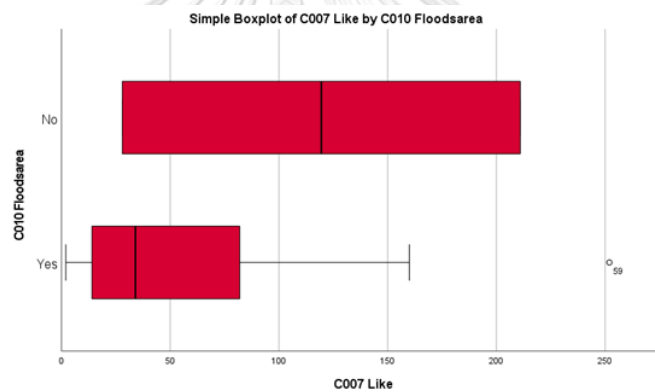
- 4.2. การกระจายของข้อมูล inter quartile range (IQR) ช่วงที่มีการประกาศเตือนภัยมีการกระจายตัวของข้อมูลมากกว่าช่วงที่ไม่มีการประกาศเตือนภัย
- 4.3. ข้อมูลที่ผิดปกติ (outlier) ช่วงที่มีการประกาศเตือนภัยมีข้อมูลที่ผิดปกติมากกว่าช่วงที่ไม่มีการประกาศเตือนภัย



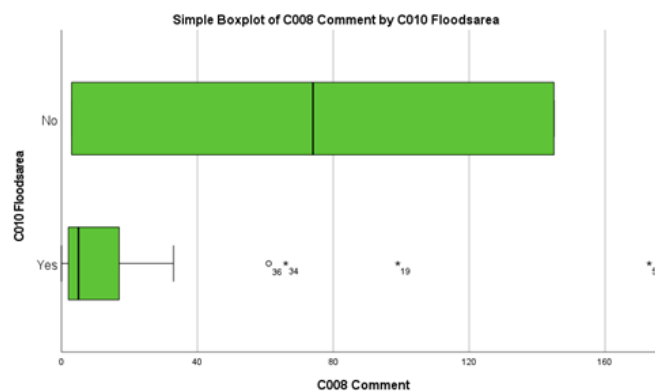
ภาพที่ 9 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงพื้นที่ได้รับผลกระทบเฉพาะแห่ง



(ก) การรับชม



(ข) กดถูกใจ



(ค) ความคิดเห็น

ตารางที่ 9 พื้นที่ที่ได้รับผลกระทบเฉพาะแห่ง

	พื้นที่ได้รับ	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR
	ผลกระทบ								
	เฉพาะแห่ง								
รับชม	มี	260	339	1,729	5,838	7,985	61,526	343,114	59,797
	ไม่มี	700	700	700	11,860	23,020	23,020	23,020	22,320
ถูกใจ	มี	2	6	14	34	82	649	3,400	635
	ไม่มี	28	28	28	120	211	211	211	183
ความ	มี	0	0	2	5	17	99	667	97
	คิดเห็น	ไม่มี	3	3	3	74	145	145	142

บ็อกซ์พล็อตทั้ง 3 รายการแสดงถึงการรับชม กดถูกใจ และความคิดเห็น พื้นที่ที่ได้รับผลกระทบเฉพาะแห่งทั้ง 2 ประเภท ได้แก่ ชาวที่ระบุพื้นที่ได้รับผลกระทบเฉพาะแห่งและชาวที่ไม่ระบุพื้นที่ได้รับผลกระทบเฉพาะแห่ง เพื่อทำความเข้าใจระดับการมีส่วนร่วมระหว่างเนื้อหาทั้ง 2 ประเภทนี้มีความแตกต่างกันอย่างไร

### 1. การรับชม

- 1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมชาวที่ระบุพื้นที่ได้รับผลกระทบเฉพาะแห่งอยู่ที่ 5,838 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 59,797
- 1.2. ค่ามัธยฐานการรับชมชาวที่ไม่ระบุพื้นที่ได้รับผลกระทบเฉพาะแห่งอยู่ที่ 11,860 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 22,320

### 2. กดถูกใจ

- 2.1. ค่ามัธยฐานกดถูกใจชาวที่ระบุพื้นที่ได้รับผลกระทบเฉพาะแห่งอยู่ที่ 34 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 635
- 2.2. ค่ามัธยฐานกดถูกใจชาวที่ไม่ระบุพื้นที่ได้รับผลกระทบเฉพาะแห่งอยู่ที่ 120 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 183

### 3. ความคิดเห็น

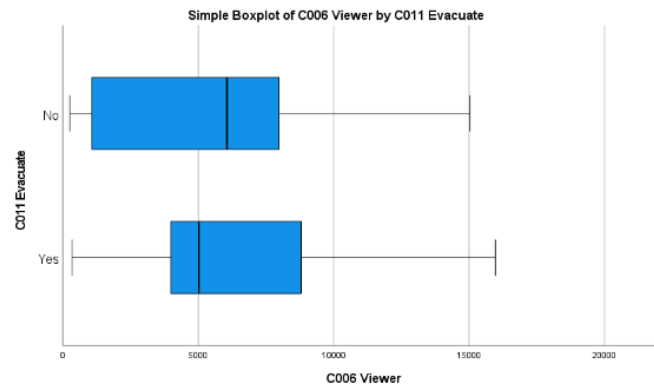
- 3.1. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นชาวที่ระบุพื้นที่ได้รับผลกระทบเฉพาะแห่งอยู่ที่ 5 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 97
- 3.2. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นชาวที่ไม่ระบุพื้นที่ได้รับผลกระทบเฉพาะแห่งอยู่ที่ 74 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 142

#### 4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ

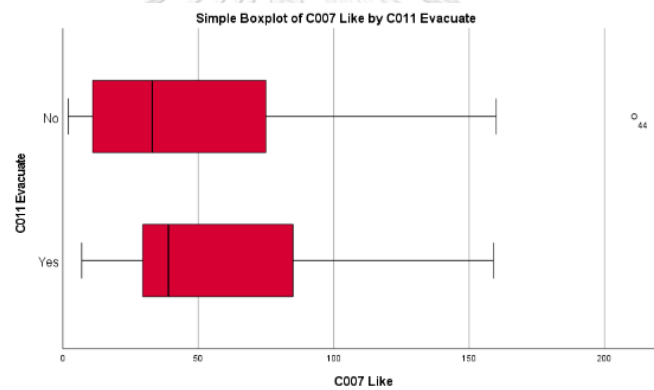
- 4.1. ตำแหน่งมัธยฐาน (median) ค่ามัธยฐานการมีส่วนร่วมของข่าวที่ไม่ระบุพื้นที่ได้รับผลกระทบเฉพาะแห่งสูงกว่าข่าวที่ระบุพื้นที่ได้รับผลกระทบเฉพาะแห่ง
- 4.2. การกระจายของข้อมูล inter quartile range (IQR)
  - 4.2.1. การรับชมและกดถูกใจของข่าวที่ไม่ระบุพื้นที่ได้รับผลกระทบเฉพาะแห่งมีการกระจายข้อมูลที่สูงกว่าข่าวที่ระบุพื้นที่ได้รับผลกระทบเฉพาะแห่ง
  - 4.2.2. ความคิดเห็นของข่าวที่ระบุพื้นที่ได้รับผลกระทบเฉพาะแห่งมีการกระจายข้อมูลที่สูงกว่าข่าวที่ไม่ระบุพื้นที่ได้รับผลกระทบเฉพาะแห่ง
- 4.3. ข้อมูลที่ผิดปกติ (outlier) ข่าวที่ไม่ระบุพื้นที่ได้รับผลกระทบเฉพาะแห่งมีข้อมูลที่ผิดปกติสูงกว่าข่าวที่ระบุพื้นที่ได้รับผลกระทบเฉพาะแห่ง



ภาพที่ 10 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงการอพยพ



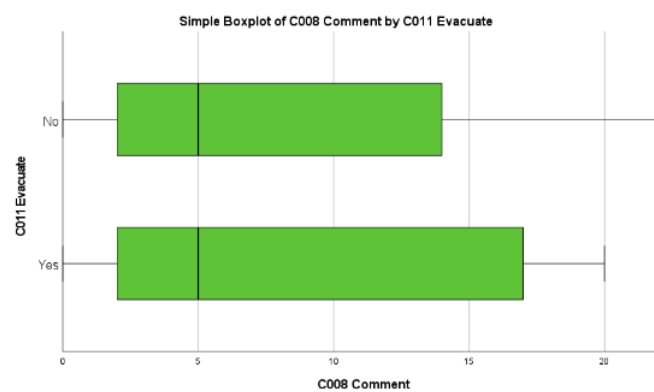
(ก) การรับชม



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(ข) กดถูกใจ

CHULALONGKORN UNIVERSITY



(ค) ความคิดเห็น



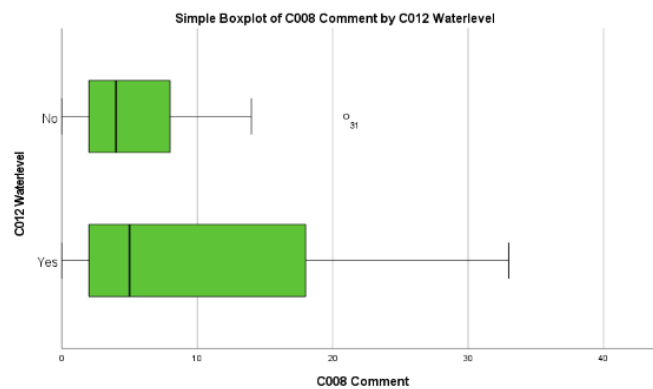
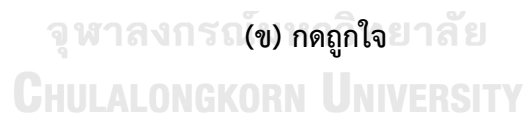
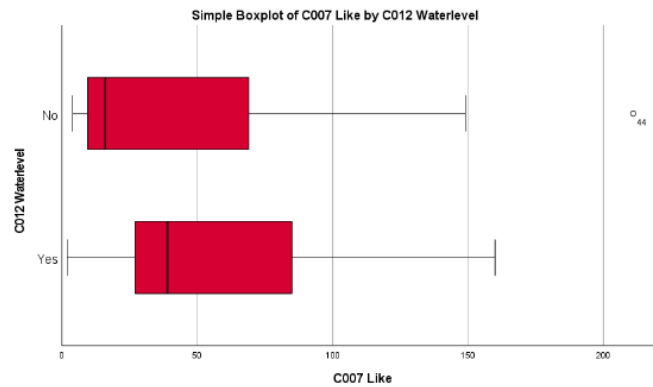
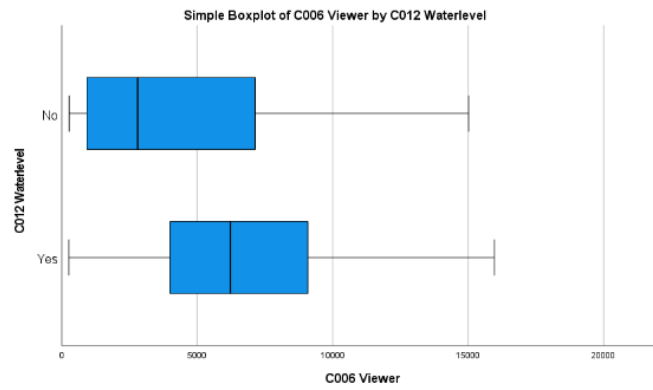
ตารางที่ 10 การอพยพ

	อพยพ	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR
รับชม	มี	339	339	3,944	5,023	10,258	343,114	343,114	339,170
	ไม่มี	260	318	1,075	6,059	7,985	51,109	177,043	50,034
ถูกใจ	มี	7	7	29	39	87	3,400	3,400	3,371
	ไม่มี	2	4	11	33	75	649	1,900	638
ความ คิดเห็น	มี	0	0	2	5	17	667	667	665
	ไม่มี	0	0	2	5	14	145	425	143

บ็อกซ์พล็อตทั้ง 3 รายการแสดงถึงการรับชม กดถูกใจ และความคิดเห็น ของชาวอพยพทั้ง 2 ประเภท ได้แก่ ชาวที่มีการอพยพ และชาวที่ไม่มีการอพยพ เพื่อทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมกับเนื้อหาทั้ง 2 ประเภท ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

1. การรับชม
  - 1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมชาวที่มีการอพยพอยู่ที่ 5,023 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 339,170
  - 1.2. ค่ามัธยฐานการรับชมชาวที่ไม่มีการอพยพอยู่ที่ 6,059 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 50,034
2. กดถูกใจ
  - 2.1. ค่ามัธยฐานกดถูกใจชาวที่มีการอพยพอยู่ที่ 39 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 3,371
  - 2.2. ค่ามัธยฐานกดถูกใจชาวที่ไม่มีการอพยพอยู่ที่ 33 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 638
3. ความคิดเห็น
  - 3.1. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นชาวที่มีการอพยพอยู่ที่ 5 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 665
  - 3.2. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นชาวที่ไม่มีการอพยพอยู่ที่ 5 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 143
4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ
  - 4.1. ค่ามัธยฐาน (median)
    - 4.1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมชาวที่ไม่มีการอพยพจะสูงกว่าชาวที่มีการอพยพ
    - 4.1.2. ค่ามัธยฐานกดถูกใจชาวที่มีการอพยพจะสูงกว่าชาวที่ไม่มีการอพยพ
    - 4.1.3. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นชาวที่มีการอพยพและชาวที่ไม่มีการอพยพเท่ากัน
  - 4.2. การกระจายของข้อมูล inter quartile range (IQR) ชาวที่มีการอพยพมีการกระจายของข้อมูลสูงกว่าชาวที่ไม่มีการอพยพ
  - 4.3. ข้อมูลที่ผิดปกติ (outlier) ชาวที่มีการอพยพมีข้อมูลที่ผิดปกติของข้อมูลมากกว่าชาวที่ไม่มีการอพยพ

ภาพที่ 11 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงระดับน้ำ



(ค) ความคิดเห็น

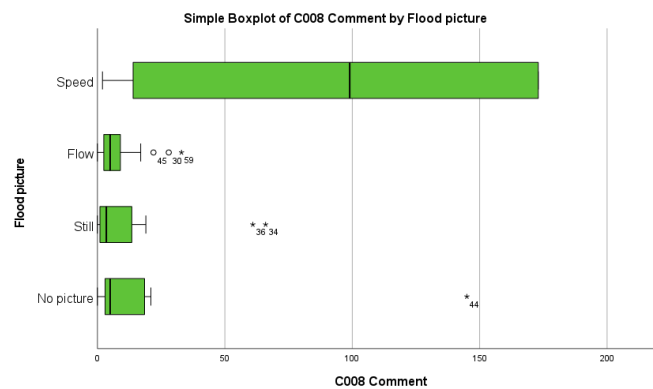
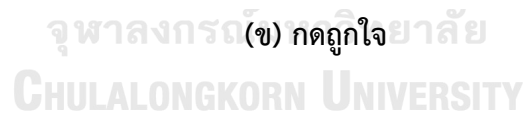
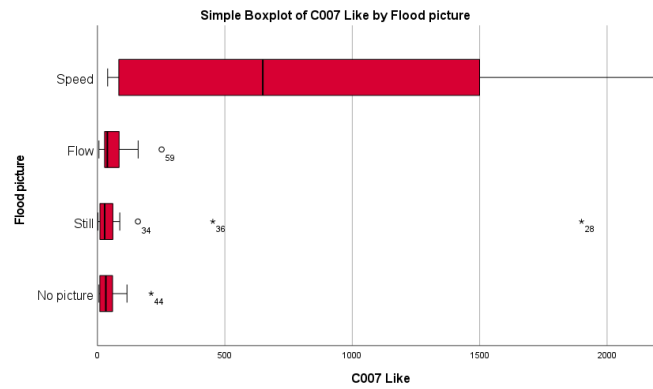
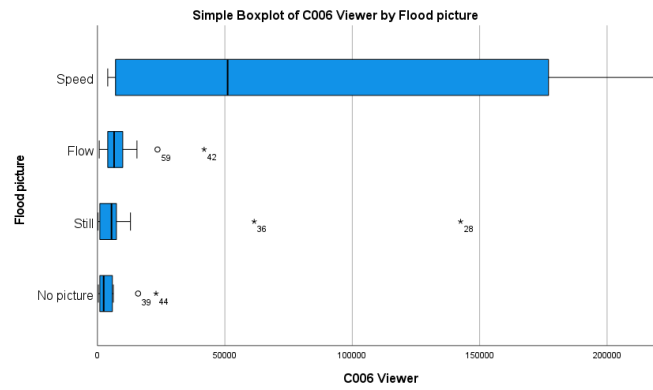
ตารางที่ 11 ระดับน้ำ

	ระดับน้ำ	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR
รับชม	มี	260	339	3,992	6,223	9,084	142,533	343,114	138,541
	ไม่มี	272	326	927	2,801	7,141	32,458	41,895	31,531
ถูกใจ	มี	2	7	27	39	85	1,500	3,400	1,473
	ไม่มี	4	5	10	16	69	180	211	170
ความ คิดเห็น	มี	0	0	2	5	18	173	667	171
	ไม่มี	0	0	2	4	8	83	145	81

บ็อกซ์พล็อตทั้ง 3 รายการแสดงถึง การรับชม การถูกใจ และความคิดเห็น การรับชม ของระดับน้ำทั้ง 2 ประเภท ได้แก่ ชาวที่มีระดับน้ำและชาวที่ไม่มีระดับน้ำ เพื่อทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมกับเนื้อหาทั้ง 2 ประเภท ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

1. การรับชม
  - 1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมชาวที่มีระดับน้ำอยู่ที่ 6,223 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 138,541
  - 1.2. ค่ามัธยฐานการรับชมชาวที่ไม่มีระดับน้ำอยู่ที่ 2,801 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 31,531
2. กดถูกใจ
  - 2.1. ค่ามัธยฐานกดถูกใจชาวที่มีระดับน้ำอยู่ที่ 39 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 1,473
  - 2.2. ค่ามัธยฐานกดถูกใจชาวที่ไม่มีระดับน้ำอยู่ที่ 16 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 170
3. ความคิดเห็น
  - 3.1. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นชาวที่มีระดับน้ำอยู่ที่ 5 โดยมีค่า IQR เท่ากับ 171
  - 3.2. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นชาวที่ไม่มีระดับน้ำอยู่ที่ 4 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 81
4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ
  - 4.1. ตำแหน่งมัธยฐาน (median) ค่ามัธยฐานการมีส่วนร่วมชาวที่มีระดับน้ำสูงกว่าชาวที่ไม่มีระดับน้ำ
  - 4.2. การกระจายของข้อมูล inter quartile range (IQR) ชาวที่มีระดับน้ำมีการกระจายของข้อมูลสูงกว่าชาวที่ไม่มีระดับน้ำ
  - 4.3. ข้อมูลที่ผิดปกติ (outlier) ชาวที่มีระดับน้ำมีข้อมูลที่ผิดปกติสูงกว่าชาวที่ไม่มีระดับน้ำ

ภาพที่ 12 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีรูปแบบแตกต่างกันของภาพน้ำ



(ค) ความคิดเห็น

ตารางที่ 12 ภาพน้ำ

	ภาพน้ำ	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR
รับชม	น้ำไหลบ่า	4,039	4,039	7,107	51,109	177,043	343,114	343,114	336,007
	น้ำไหลไม่แรง	710	1,270	4,068	6,525	9,957	32,741	41,895	28,673
	น้ำนิ่ง	260	272	950	5,541	7,473	61,526	142,533	60,576
	ไม่มีภาพน้ำ	379	379	887	2,481	6,269	23,020	23,020	22,133
ถูกใจ	น้ำไหลบ่า	40	40	84	649	1,500	3,400	3,400	3,316
	น้ำไหลไม่แรง	6	8	28	39	85	206	252	178
	น้ำนิ่ง	2	4	10	29	61	453	1,900	443
	ไม่มีภาพน้ำ	6	6	7	33	63	211	211	204
ความคิดเห็น	น้ำไหลบ่า	2	2	14	99	173	667	667	653
	น้ำไหลไม่แรง	0	0	3	5	9	31	33	28
	น้ำนิ่ง	0	0	1	4	14	66	425	65
	ไม่มีภาพน้ำ	0	0	3	5	20	145	145	142

บ็อกซ์พล็อตทั้ง 3 รายการแสดงถึงการรับชม การถูกใจ และความคิดเห็น ของภาพน้ำทั้ง 4 ประเภทได้แก่ น้ำไหลบ่า น้ำไหลไม่แรง น้ำนิ่ง และไม่มีภาพน้ำ เพื่อทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมระหว่างเนื้อหาทั้ง 4 ประเภท ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

### 1. การรับชม

- 1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมน้ำไหลบ่าอยู่ที่ 51,109 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 336,007
- 1.2. ค่ามัธยฐานการรับชมน้ำไหลไม่แรงอยู่ที่ 6,525 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 28,673
- 1.3. ค่ามัธยฐานการรับชมน้ำนิ่งอยู่ที่ 5,541 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 60,576
- 1.4. ค่ามัธยฐานการรับชมไม่มีภาพน้ำอยู่ที่ 2,481 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 22,133

### 2. กตถูกใจ

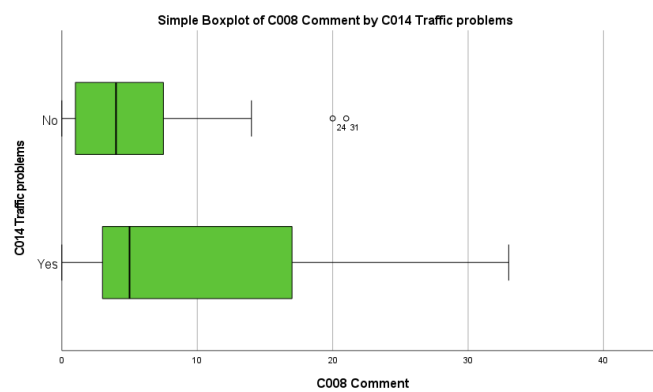
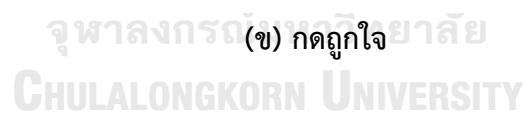
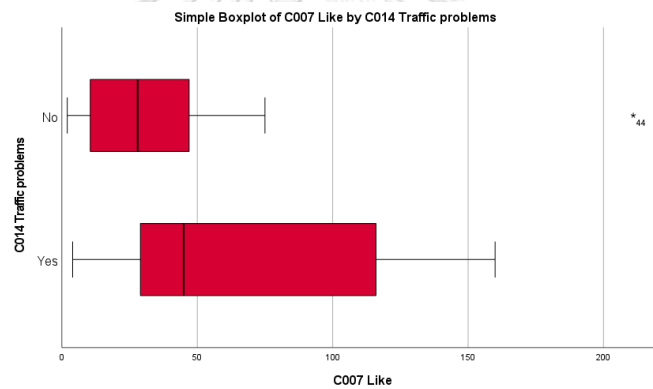
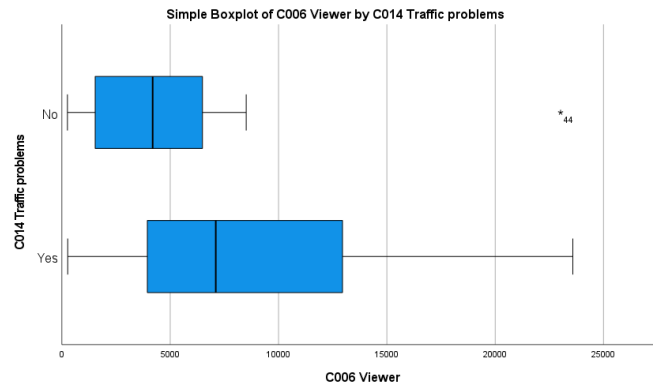
- 2.1. ค่ามัธยฐานกตถูกใจน้ำไหลบ่า กตถูกใจเฉลี่ยอยู่ที่ 649 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 3,316
- 2.2. ค่ามัธยฐานกตถูกใจน้ำไหลไม่แรง กตถูกใจเฉลี่ยอยู่ที่ 39 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 178
- 2.3. ค่ามัธยฐานกตถูกใจน้ำนิ่ง กตถูกใจเฉลี่ยอยู่ที่ 29 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 443
- 2.4. ค่ามัธยฐานกตถูกใจไม่มีภาพน้ำ กตถูกใจเฉลี่ยอยู่ที่ 33 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 204

### 3. ความคิดเห็น

- 3.1. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นน้ำไหลบ่า ความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ที่ 99 โดยมีค่า IQR อยู่ที่

- 3.2. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นน้ำไหลไม่แรง ความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ที่ 5 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 28
  - 3.3. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นน้ำนิ่ง ความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ที่ 4 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 65
  - 3.4. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นไม่มีภาพน้ำ ความคิดเห็นเฉลี่ยอยู่ที่ 5 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 142
4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ
    - 4.1. ตำแหน่งมัธยฐาน (median) ค่ามัธยฐานการมีส่วนร่วมของน้ำไหลป่ามีจำนวนสูงที่สุด รองลงมา น้ำไหลไม่แรง น้ำนิ่ง และไม่มีภาพน้ำ
    - 4.2. การกระจายของข้อมูล inter quartile range (IQR)
      - 4.2.1. การรับชมน้ำไหลป่ามีการกระจายของข้อมูลสูงที่สุด รองลงมา น้ำนิ่ง น้ำไหลไม่แรง และไม่มีภาพน้ำ
      - 4.2.2. กตัญญูใจเห็นน้ำไหลป่ามีการกระจายของข้อมูลสูงที่สุด รองลงมา น้ำนิ่ง ไม่มีภาพน้ำและน้ำไหลไม่แรง
      - 4.2.3. ความคิดเห็นน้ำไหลป่ามีการกระจายของข้อมูลสูงที่สุด รองลงมา ไม่มีภาพน้ำ น้ำนิ่ง และน้ำไหลไม่แรง
    - 4.3. ข้อมูลที่ผิดปกติ (outlier)
      - 4.3.1. การรับชมและกตัญญูใจน้ำไหลป่ามีข้อมูลที่ผิดปกติสูงที่สุดรองลงมา น้ำนิ่ง น้ำไหลไม่แรง และไม่มีภาพน้ำ
      - 4.3.2. ความคิดเห็นไหลป่ามีข้อมูลที่ผิดปกติสูงที่สุดรองลงมา น้ำนิ่ง ไม่มีภาพน้ำ และน้ำไหลไม่แรง

ภาพที่ 13 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงปัญหาการจราจร



(ค) ความคิดเห็น

ตารางที่ 13 ปัญหาการจราจร

	ปัญหาการ คมนาคม	Min	P 05	P 25	Median	P 75	P 95	Max	IQR
รับชม	มี	272	318	3,944	7,107	12,956	177,043	343,114	173,099
	ไม่มี	260	379	1,507	4,191	6,708	23,020	51,109	21,513
ถูกใจ	มี	4	6	29	45	116	1,900	3,400	1,871
	ไม่มี	2	4	10	28	50	211	649	201
ความคิดเห็น	มี	0	0	3	5	17	425	667	422
	ไม่มี	0	0	1	4	9	99	145	98

บ็อกซ์พล็อตทั้ง 3 รายการแสดงถึง การรับชม การถูกใจ และความคิดเห็น ของปัญหาการจราจรทั้ง 2 ประเภทได้แก่ ชาวที่มีปัญหาการจราจรและชาวที่ไม่มีปัญหาการจราจร เพื่อทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมระหว่างเนื้อหาทั้ง 2 ประเภท ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

#### 1. การรับชม

1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมชาวที่มีปัญหาการจราจรอยู่ที่ 7,107 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 173,099

1.2. ค่ามัธยฐานการรับชมชาวที่ไม่มีปัญหาการจราจรอยู่ที่ 4,191 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 21,513

#### 2. กตถูกใจ

2.1. ค่ามัธยฐานกตถูกใจชาวที่มีปัญหาการจราจรอยู่ที่ 45 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 1,871

2.2. ค่ามัธยฐานกตถูกใจชาวที่ไม่มีปัญหาการจราจรอยู่ที่ 28 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 201

#### 3. ความคิดเห็น

3.1. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นชาวที่มีปัญหาการจราจรอยู่ที่ 5 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 422

3.2. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นชาวที่ไม่มีปัญหาการจราจรอยู่ที่ 4 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 98

#### 4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ

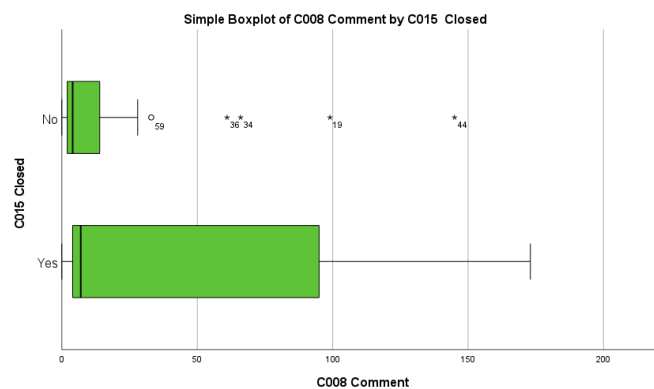
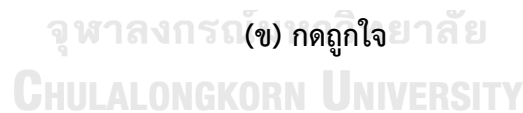
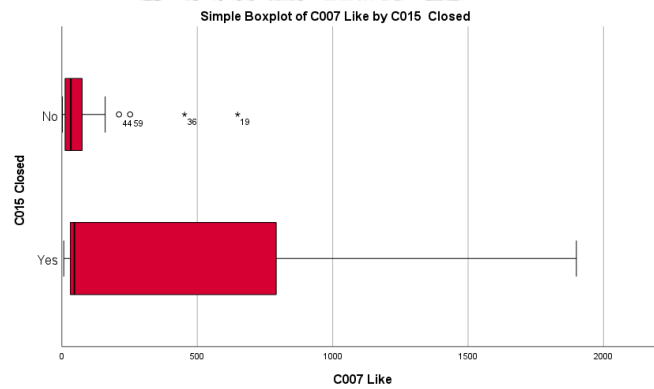
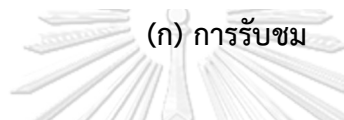
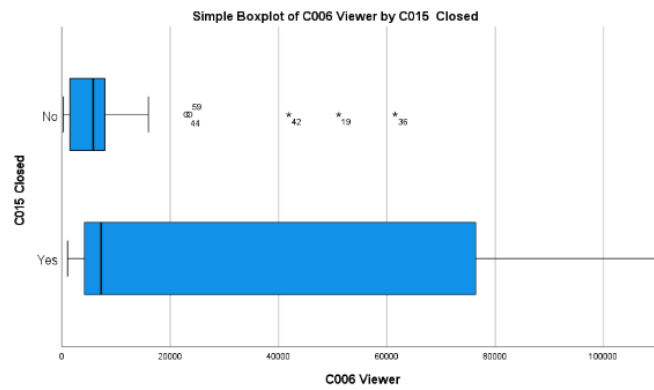
4.1. ค่ามัธยฐาน (median) ค่ามัธยฐานการมีส่วนร่วมของชาวที่มีปัญหาการจราจรสูงกว่าชาวที่ไม่มีปัญหาการจราจร

4.2. การกระจายของข้อมูล inter quartile range (IQR) ชาวที่มีปัญหาการจราจรการกระจายของข้อมูลสูงกว่าชาวที่ไม่มีปัญหาการจราจร

4.3. ข้อมูลที่ผิดปกติ (outlier) ชาวที่มีปัญหาการจราจรมีข้อมูลที่ผิดปกติสูงกว่าชาวที่ไม่มีปัญหาการจราจร



ภาพที่ 14 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงการปิดสถานที่



(ค) ความคิดเห็น

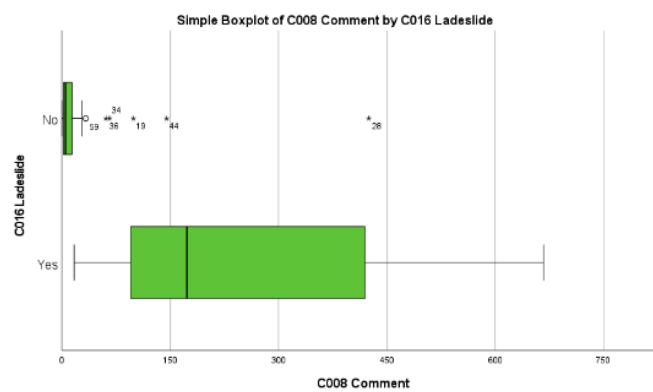
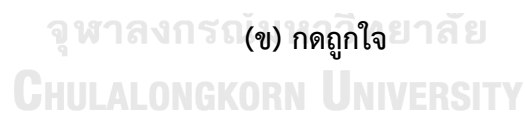
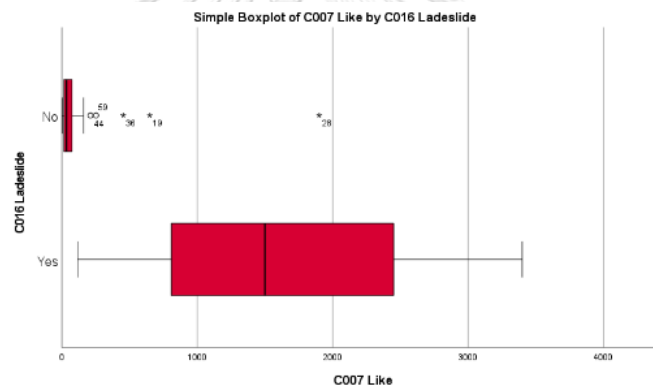
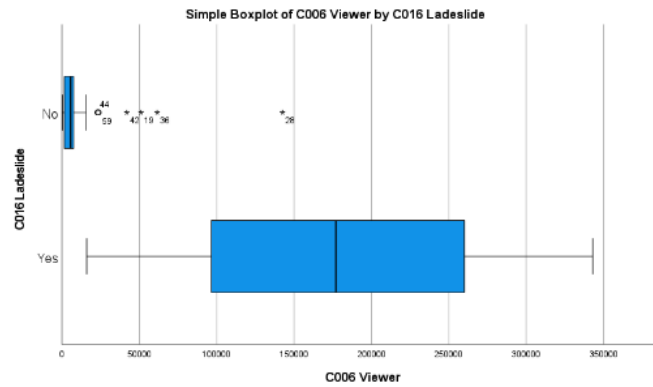
ตารางที่ 14 การปิดสถานที่

	การปิดสถานที่	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR
รับชม	มี	1,075	1,075	4,169	7,257	142,533	343,114	343,114	338,945
	ไม่มี	260	318	1,507	5,800	7,964	41,895	61,526	40,388
ถูกใจ	มี	7	7	30	46	1,500	3,400	3,400	3,370
	ไม่มี	2	4	12	33	75	252	649	240
ความคิดเห็น	มี	0	0	3	7	173	667	667	664
	ไม่มี	0	0	2	4	14	66	145	64

บ็อกซ์พล็อตทั้ง 3 รายการแสดงถึง การรับชม การถูกใจ และความคิดเห็น ของข่าวการปิดสถานที่ทั้ง 2 ประเภทได้แก่ ข่าวที่มีการปิดสถานที่และข่าวที่ไม่มีการปิดสถานที่ เพื่อทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมระหว่างเนื้อหาทั้ง 2 ประเภท ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

1. การรับชม
  - 1.1. ข่าวที่มีการปิดสถานที่ อยู่ที่ 7,257 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 338,945
  - 1.2. ข่าวที่ไม่มีการปิดสถานที่ อยู่ที่ 5,800 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 40,388
2. กดถูกใจ
  - 2.1. ค่ามัธยฐานกดถูกใจข่าวที่มีการปิดสถานที่อยู่ที่ 46 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 3,370
  - 2.2. ค่ามัธยฐานกดถูกใจข่าวที่ไม่มีการปิดสถานที่ อยู่ที่ 33 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 240
3. ความคิดเห็น
  - 3.1. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นข่าวที่มีการปิดสถานที่ อยู่ที่ 7 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 664
  - 3.2. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นข่าวที่ไม่มีการปิดสถานที่อยู่ที่ 4 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 64
4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ
  - 4.1. ค่ามัธยฐาน (median) ค่ามัธยฐานการรับชมการมีส่วนร่วมของข่าวที่มีการปิดสถานที่สูงกว่าข่าวที่ไม่มีการปิดสถานที่
  - 4.2. การกระจายของข้อมูล inter quartile range (IQR) ข่าวที่มีการปิดสถานที่มีการกระจายของข้อมูลสูงกว่าข่าวที่ไม่มีการปิดสถานที่
  - 4.3. ข้อมูลที่ผิดปกติ (outlier) ข่าวที่มีการปิดสถานที่ที่มีข้อมูลที่ผิดปกติสูงกว่าข่าวที่ไม่มีการปิดสถานที่

ภาพที่ 15 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงภาพดินถล่ม



(ค) ความคิดเห็น

ตารางที่ 15 ภาพดินถล่ม

	ดินถล่ม	Min	P 05	P 25	Median	P 75	P 95	Max	IQR
รับชม	มี	15,972	15,972	15,972	177,043	343,114	343,114	343,114	327,142
	ไม่มี	260	339	1,570	5,638	7,599	41,895	142,533	40,325
ถูกใจ	มี	116	116	116	1,500	3,400	3,400	3,400	3,284
	ไม่มี	2	6	14	33	75	252	1,900	238
ความคิดเห็น	มี	17	17	17	173	667	667	667	650
	ไม่มี	0	0	2	5	14	66	425	64

บ็อกซ์พล็อตทั้ง 3 รายการแสดงถึง การรับชม การถูกใจ และความคิดเห็น ของชาวภาพดินถล่มทั้ง 2 ประเภทได้แก่ ชาวที่มีภาพดินถล่มและชาวที่ไม่มีภาพดินถล่ม เพื่อทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมระหว่างเนื้อหาทั้ง 2 ประเภท ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

#### 1. การรับชม

- 1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมชาวที่มีภาพดินถล่มอยู่ที่ 177,043 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 327,142
- 1.2. ค่ามัธยฐานการรับชมชาวที่ไม่มีภาพดินถล่มอยู่ที่ 5,638 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 40,325

#### 2. กดถูกใจ

- 2.1. ค่ามัธยฐานกดถูกใจชาวที่มีภาพดินถล่มอยู่ที่ 1,500 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 2,284
- 2.2. ค่ามัธยฐานกดถูกใจชาวที่ไม่มีภาพดินถล่มอยู่ที่ 33 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 1,850

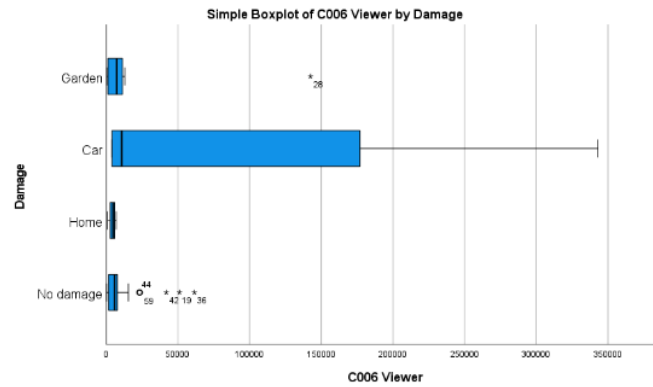
#### 3. ความคิดเห็น

- 3.1. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นชาวที่มีภาพดินถล่มอยู่ที่ 173 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 650
- 3.2. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นชาวที่ไม่มีภาพดินถล่มอยู่ที่ 5 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 64

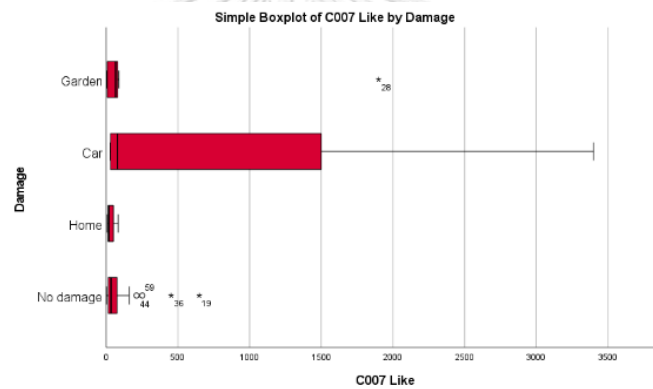
#### 4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ

- 4.1. ค่ามัธยฐาน (median) ค่ามัธยฐานการมีส่วนร่วมของชาวที่มีภาพดินถล่มสูงกว่าชาวที่ไม่มีภาพดินถล่ม
- 4.2. การกระจายของข้อมูล inter quartile range (IQR) ชาวที่มีภาพดินถล่มการกระจายของข้อมูลสูงกว่าชาวที่ไม่มีภาพดินถล่ม
- 4.3. ข้อมูลที่ผิดปกติ (outlier) ชาวที่มีภาพดินถล่มมีข้อมูลที่ผิดปกติสูงกว่าชาวที่ไม่มีภาพดินถล่ม

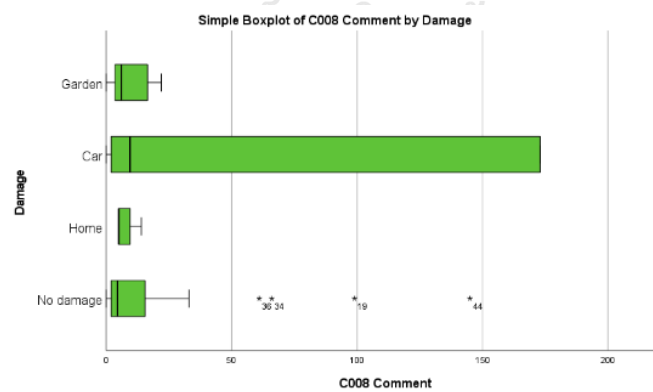
ภาพที่ 16 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีรูปแบบการแตกต่างกันของภาพความเสียหาย



(ก) การรับชม



(ข) กดถูกใจ



(ค) ความคิดเห็น

ตารางที่ 16 ภาพความเสียหาย

	ภาพความเสียหาย	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR
รับชม	ไร้สวณ	566	566	933	7,257	12,956	142,533	142,533	141,600
	ยานพาหนะ	3,944	3,944	4,039	10,805	177,043	343,114	343,114	339,075
	บ้านเรือน	887	887	887	4,713	7,107	7,107	7,107	6,220
	ไม่มีภาพเสียหาย	260	318	1,650	5,838	7,782	41,895	61,526	40,245
ถูกใจ	ไร้สวณ	4	4	4	65	88	1,900	1,900	1,896
	ยานพาหนะ	26	26	30	78	1,500	3,400	3,400	3,370
	บ้านเรือน	7	7	7	17	84	84	84	77
	ไม่มีภาพเสียหาย	2	6	15	33	75	252	649	237
ความคิดเห็น	ไร้สวณ	0	0	3	6	22	425	425	422
	ยานพาหนะ	0	0	2	10	173	667	667	665
	บ้านเรือน	5	5	5	5	14	14	14	9
	ไม่มีภาพเสียหาย	0	0	2	5	16	66	145	64

บ็อกซ์พล็อตทั้ง 3 รายการแสดงถึง การรับชม การถูกใจ และความคิดเห็น ของข่าวภาพความเสียหายทั้ง 4 ประเภทได้แก่ ไร้สวณ ยานพาหนะ บ้านเรือนและไม่มีภาพความเสียหาย เพื่อทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมระหว่างเนื้อหาทั้ง 4 ประเภท ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

#### 1. การรับชม

- 1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมไร้สวณอยู่ที่ 7,257 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 141,600
- 1.2. ค่ามัธยฐานการรับชมยานพาหนะอยู่ที่ 10,805 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 339,075
- 1.3. ค่ามัธยฐานการรับชมบ้านอยู่ที่ 4,713 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 6,220
- 1.4. ค่ามัธยฐานการรับชมไม่มีภาพความเสียหายอยู่ที่ 5,838 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 40,245

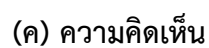
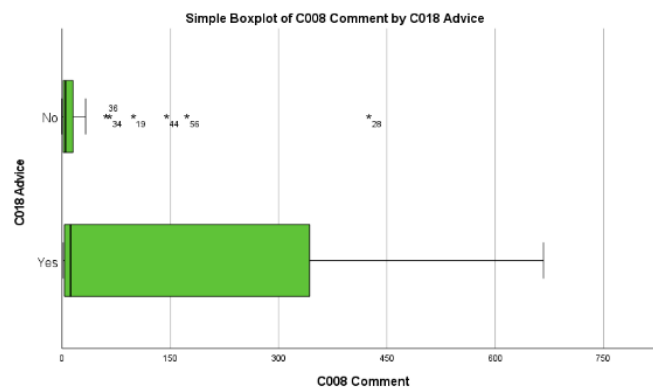
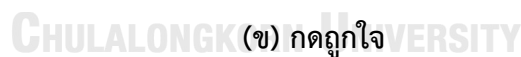
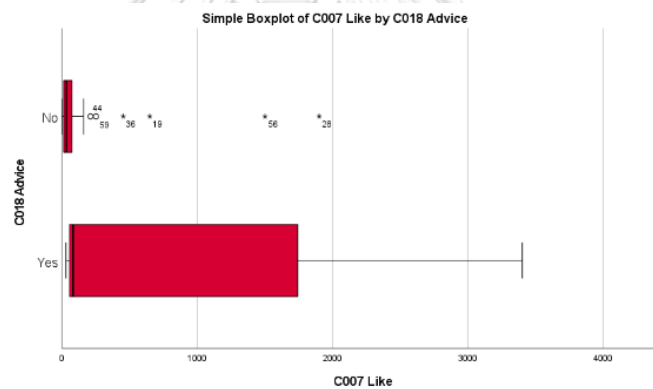
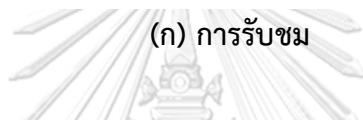
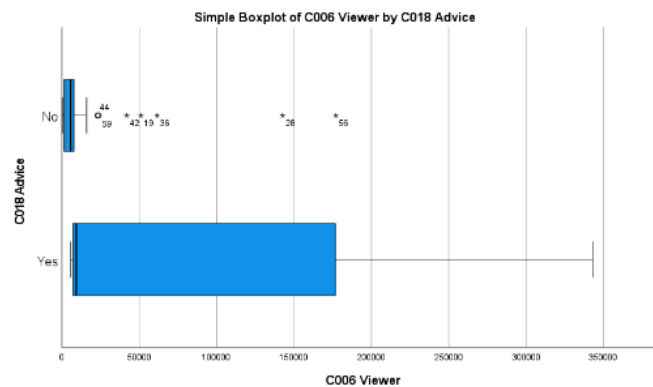
#### 2. กดถูกใจ

- 2.1. ค่ามัธยฐานกดถูกใจไร้สวณอยู่ที่ 65 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 1,896
- 2.2. ค่ามัธยฐานกดถูกใจยานพาหนะอยู่ที่ 78 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 3,370
- 2.3. ค่ามัธยฐานกดถูกใจบ้านอยู่ที่อยู่ที่ 17 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 77
- 2.4. ค่ามัธยฐานกดถูกใจไม่มีภาพความเสียหายอยู่ที่ 33 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 237

3. ความคิดเห็น
  - 3.1. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นไร่สวนอยู่ที่ 6 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 422
  - 3.2. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นยานพาหนะอยู่ที่ 10 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 665
  - 3.3. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นบ้านอยู่ที่ 5 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 9
  - 3.4. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นไม่มีความเสียหายอยู่ที่ 5 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 64
4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ
  - 4.1. ค่ามัธยฐาน (median)
    - 4.1.1.ค่ามัธยฐานการรับชมและกดถูกใจของยานพาหนะสูงที่สุด รองลงมาไร่สวน ไม่มีความเสียหายและบ้านเรือน
    - 4.1.2.ค่ามัธยฐานความคิดเห็นของยานพาหนะสูงที่สุด รองลงมาไร่สวน ในส่วนของ ไม่มีความเสียหายและบ้านเรือนมีค่าเท่ากัน
  - 4.2. การกระจายของข้อมูล inter quartile range (IQR) ยานพาหนะมีการกระจายของ ข้อมูลสูงที่สุด รองลงมาไร่สวน ไม่มีความเสียหายและบ้านเรือน
  - 4.3. ข้อมูลที่ผิดปกติ (outlier) ยานพาหนะมีข้อมูลที่ผิดปกติสูงที่สุด รองลงมาไร่สวน ไม่มีความเสียหายและบ้านเรือน

### 4.3 การนำเสนอบทบาทของผู้ประกาศข่าว

ภาพที่ 17 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงผู้ประกาศข่าวให้คำแนะนำในการเอาตัวรอดจากอุทกภัย





ตารางที่ 17 ผู้ประกาศข่าวให้คำแนะนำการเอาตัวรอดจากอุทกภัย

	ผู้ประกาศข่าวให้ คำแนะนำการ เอาตัวรอด จากอุทกภัย	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR
รับชม	มี	5,638	5,638	6,939	9,249	176,686	343,114	343,114	336,175
	ไม่มี	260	329	1,539	5,657	7,782	56,318	177,043	54,779
ถูกใจ	มี	30	30	56	83	1,742	3,400	3,400	3,344
	ไม่มี	2	5	13	33	75	551	1,900	538
ความ คิดเห็น	มี	2	2	4	12	343	667	667	663
	ไม่มี	0	0	2	5	16	122	425	120

บ็อกซ์พล็อตทั้ง 3 รายการแสดงถึง การรับชม การถูกใจ และความคิดเห็น ของข่าวการให้  
คำแนะนำการเอาตัวรอดจากอุทกภัยทั้ง 2 ประเภทได้แก่ ข่าวที่ผู้ประกาศข่าวให้คำแนะนำในการเอา  
ตัวรอดจากอุทกภัยและข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวให้คำแนะนำในการเอาตัวรอดจากอุทกภัย เพื่อทำ  
ความเข้าใจการมีส่วนร่วมระหว่างเนื้อหาทั้ง 2 ประเภท ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

### 1. การรับชม

- 1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมข่าวที่ผู้ประกาศข่าวให้คำแนะนำในการเอาตัวรอดจาก  
อุทกภัยอยู่ที่ 9,249 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 336,175
- 1.2. ค่ามัธยฐานการรับชมข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวให้คำแนะนำในการเอาตัวรอดจาก  
อุทกภัยอยู่ที่ 5,657 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 54,779

### 2. กดถูกใจ

- 2.1. ค่ามัธยฐานกดถูกใจข่าวที่ผู้ประกาศข่าวให้คำแนะนำในการเอาตัวรอดจากอุทกภัย  
อยู่ที่ 83 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 3,344
- 2.2. ค่ามัธยฐานกดถูกใจข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวให้คำแนะนำในการเอาตัวรอดจาก  
อุทกภัยอยู่ที่ 33 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 538

### 3. ความคิดเห็น

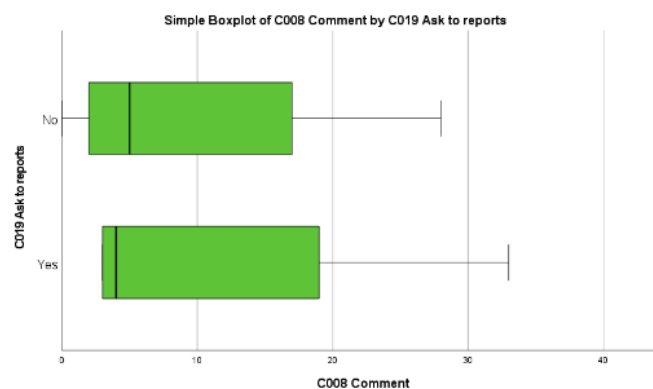
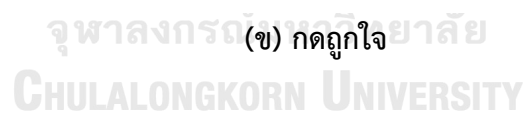
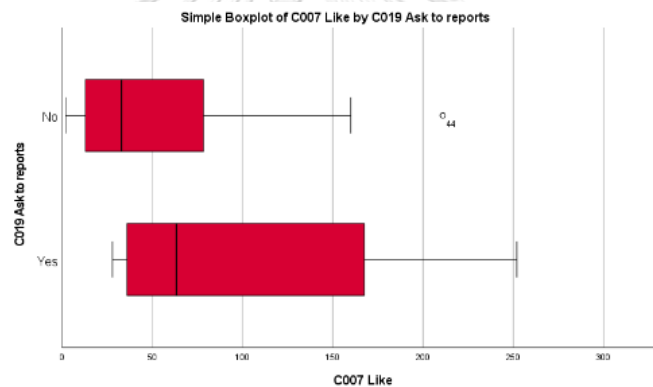
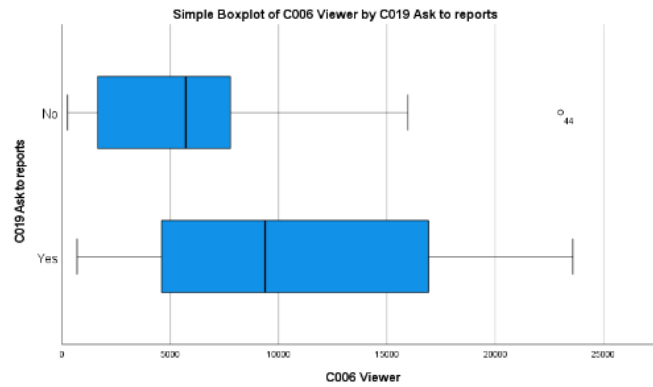
- 3.1.1. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นข่าวที่ผู้ประกาศข่าวให้คำแนะนำในการเอาตัวรอด  
จากอุทกภัยอยู่ที่ 12 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 663
- 3.1.2. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวให้คำแนะนำในการเอาตัว  
รอดจากอุทกภัยอยู่ที่ 5 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 120

#### 4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ

- 4.1. ค่ามัธยฐาน (median) ค่ามัธยฐานการมีส่วนร่วมของข่าวที่ผู้ประกาศข่าวให้คำแนะนำในการเอาตัวรอดจากอุทกภัยสูงกว่าข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวให้คำแนะนำในการเอาตัวรอดจากอุทกภัย
- 4.2. การกระจายของข้อมูล inter quartile range (IQR) ข่าวที่มีผู้ประกาศข่าวให้คำแนะนำในการเอาตัวรอดจากอุทกภัยการกระจายข้อมูลสูงกว่าข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวให้คำแนะนำในการเอาตัวรอดจากอุทกภัย
- 4.3. ข้อมูลที่ผิดปกติ (outlier) ข่าวที่มีผู้ประกาศข่าวให้คำแนะนำในการเอาตัวรอดจากอุทกภัยมีข้อมูลที่ผิดปกติสูงกว่าข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวให้คำแนะนำในการเอาตัวรอดจากอุทกภัย



ภาพที่ 18 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงผู้ประกาศข่าวขอให้รายงานสถานการณ์เข้ามา



(ค) ความคิดเห็น

ตารางที่ 18 ผู้ประกาศข่าวขอให้รายงานสถานการณ์เข้ามา

	ผู้ประกาศข่าวขอให้ รายงานสถานการณ์ เข้ามา	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR
รับชม	มี	700	700	4,606	9,385	16,923	23,587	23,587	18,981
	ไม่มี	260	329	1,650	5,719	7,782	102,030	343,114	100,380
ถูกใจ	มี	28	28	36	64	168	252	252	216
	ไม่มี	2	5	13	33	79	1,075	3,400	1,062
ความคิดเห็น	มี	3	3	3	4	19	33	33	30
	ไม่มี	0	0	2	5	17	159	667	157

บ็อกซ์พล็อตทั้ง 3 รายการแสดงถึง การรับชม การถูกใจ และความคิดเห็น ของผู้ประกาศข่าวขอให้รายงานสถานการณ์เข้ามาทั้ง 2 ประเภทได้แก่ ผู้ประกาศข่าวขอให้รายงานสถานการณ์เข้ามาและไม่มีผู้ประกาศข่าวขอให้รายงานสถานการณ์เข้ามา เพื่อทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมระหว่างเนื้อหาทั้ง 2 ประเภท ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

#### 1. การรับชม

- 1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมข่าวที่ผู้ประกาศข่าวขอให้รายงานสถานการณ์เข้ามาอยู่ที่ 9,385 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 18,981
- 1.2. ค่ามัธยฐานการรับชมข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวขอให้รายงานสถานการณ์เข้ามาอยู่ที่ 5,719 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 100,380

#### 2. กตถูกใจ

- 2.1. ค่ามัธยฐานกตถูกใจข่าวที่ผู้ประกาศข่าวขอให้รายงานสถานการณ์เข้ามาอยู่ที่ 64 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 216
- 2.2. ค่ามัธยฐานกตถูกใจข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวขอให้รายงานสถานการณ์เข้ามาอยู่ที่ 33 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 1,062

#### 3. ความคิดเห็น

- 3.1. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นข่าวที่ผู้ประกาศข่าวขอให้รายงานสถานการณ์เข้ามาอยู่ที่ 4 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 30
- 3.2. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวขอให้รายงานสถานการณ์เข้ามาอยู่ที่ 5 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 157

#### 4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ

##### 4.1. ค่ามัธยฐาน (median)

4.1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมและกดถูกใจของข่าวที่ผู้ประกาศข่าวขอให้รายงานสถานการณ์เข้ามาสูงกว่าข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวขอให้รายงานสถานการณ์เข้ามา

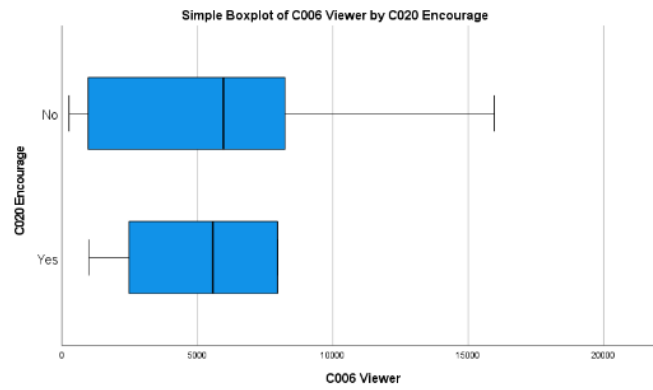
4.1.2. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวขอให้รายงานสถานการณ์เข้ามาสูงกว่าข่าวที่ผู้ประกาศข่าวขอให้รายงานสถานการณ์เข้ามา

4.2. การกระจายของข้อมูล Inter quartile range (IQR) ข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวขอให้รายงานสถานการณ์เข้ามากการกระจายของข้อมูลสูงกว่าข่าวที่ผู้ประกาศข่าวขอให้รายงานสถานการณ์เข้ามา

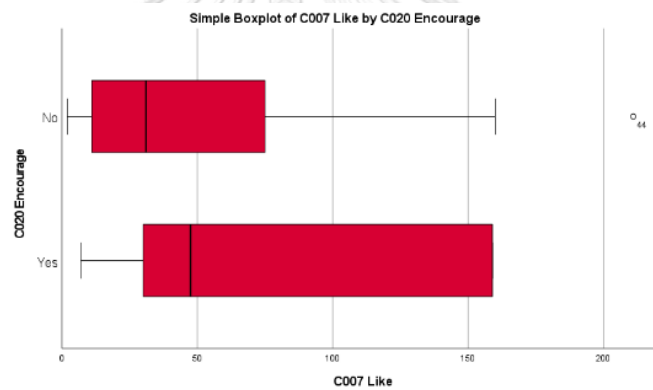
4.3. ข้อมูลที่ผิดปกติ (Outlier) ข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวขอให้รายงานสถานการณ์เข้ามามีข้อมูลที่ผิดปกติสูงกว่าข่าวที่ผู้ประกาศข่าวขอให้รายงานสถานการณ์เข้ามา



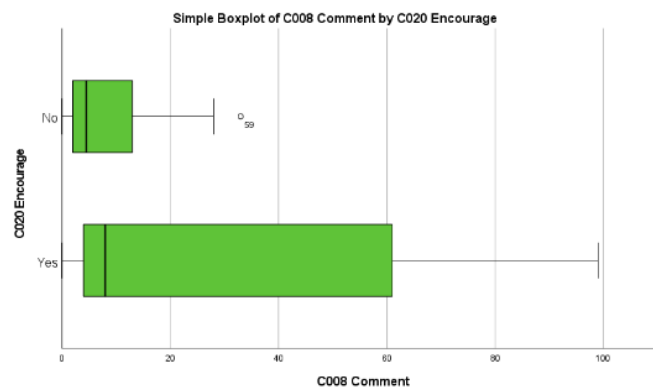
ภาพที่ 19 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจ



(ก) การรับชม



(ข) กดถูกใจ



(ค) ความคิดเห็น

ตารางที่ 19 ผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจ

	ผู้ประกาศข่าว ให้กำลังใจ	Min	P05	P 25	Med	P 75	P95	Max	IQR
รับชม	มี	998	998	2,481	5,576	7,964	343,114	343,114	340,633
	ไม่มี	260	318	966	5,967	8,240	23,587	177,043	22,621
ถูกใจ	มี	7	7	30	48	159	3,400	3,400	3,370
	ไม่มี	2	4	11	31	75	211	1,500	200
ความคิดเห็น	มี	0	0	4	8	61	667	667	663
	ไม่มี	0	0	2	5	13	33	173	31

บ็อกซ์พล็อตทั้ง 3 รายการแสดงถึง การรับชม การถูกใจ และความคิดเห็น ของผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจทั้ง 2 ประเภทได้แก่ ข่าวที่มีผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจและข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจ เพื่อทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมระหว่างเนื้อหาทั้ง 2 ประเภท ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

#### 1. การรับชม

- 1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมข่าวที่มีผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจอยู่ที่ 5,576 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 340,633
- 1.2. ค่ามัธยฐานการรับชมข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจอยู่ที่ 5,967 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 22,621

#### 2. กตถูกใจ

- 2.1. ค่ามัธยฐานกตถูกใจข่าวที่มีผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจอยู่ที่ 48 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 3,370
- 2.2. ค่ามัธยฐานกตถูกใจข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจอยู่ที่ 31 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 200

#### 3. ความคิดเห็น

- 3.1. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นข่าวที่มีผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจอยู่ที่ 8 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 663
- 3.2. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจอยู่ที่ 5 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 31

#### 4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ

##### 4.1. ค่ามัธยฐาน (median)

4.1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมของข่าวที่มีผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจสูงกว่าข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจ

4.1.2. ค่ามัธยฐานกตัญญูใจและความคิดเห็นของข่าวที่มีผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจสูงกว่าข่าวที่มีผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจ

4.2. การกระจายของข้อมูล inter quartile range (IQR) ข่าวที่มีผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจการกระจายของข้อมูลสูงกว่าข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจ

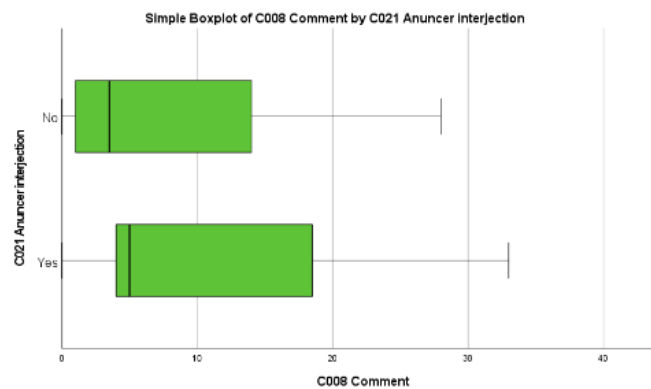
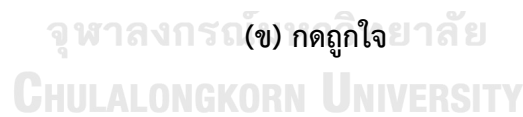
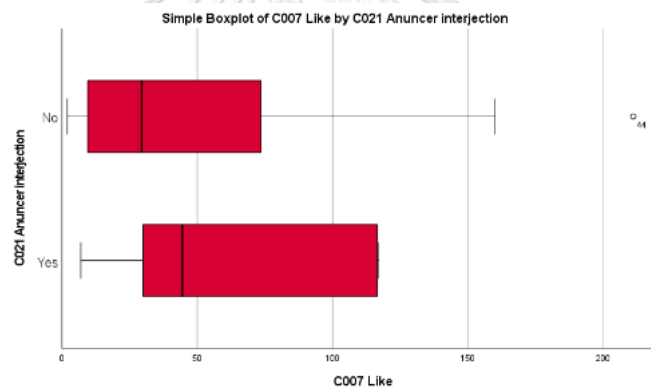
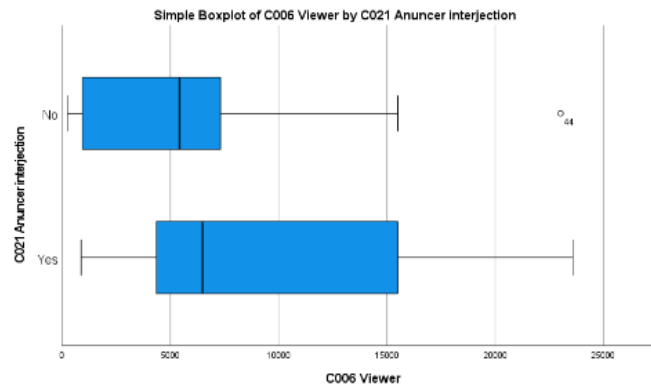
4.3. ข้อมูลที่ผิดปกติ (outlier) ข่าวที่มีผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจมีข้อมูลที่ผิดปกติสูงกว่าข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจ



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY



ภาพที่ 20 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงข่าวที่ผู้ประกาศข่าวใช้คำขยาย



(ค) ความคิดเห็น

ตารางที่ 20 ผู้ประกาศข่าวใช้คำขยาย

	ผู้ประกาศข่าว ใช้คำขยาย	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR
รับชม	มี	887	998	4,356	6,488	15,499	177,043	343,114	172,687
	ไม่มี	260	295	950	5,430	7,320	32,458	51,109	31,508
ถูกใจ	มี	7	12	30	45	117	1,900	3,400	1,870
	ไม่มี	2	4	10	30	74	186	649	176
ความคิดเห็น	มี	0	2	4	5	19	425	667	421
	ไม่มี	0	0	1	4	14	83	145	82

บ็อกซ์พล็อตทั้ง 3 รายการแสดงถึง การรับชม การถูกใจ และความคิดเห็น ของผู้ประกาศข่าวใช้คำขยายทั้ง 2 ประเภทได้แก่ ข่าวที่มีผู้ประกาศข่าวใช้คำขยายและข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวใช้คำขยาย เพื่อทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมระหว่างเนื้อหาทั้ง 2 ประเภท ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

#### 1. การรับชม

1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมข่าวที่มีผู้ประกาศข่าวใช้คำขยายอยู่ที่ 6,488 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 172,687

1.2. ค่ามัธยฐานการรับชมข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวใช้คำขยายอยู่ที่ 5,430 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 31,508

#### 2. กตถูกใจ

2.1. ค่ามัธยฐานกตถูกใจข่าวที่มีผู้ประกาศข่าวใช้คำขยายอยู่ที่ 45 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 1,870

2.2. ค่ามัธยฐานกตถูกใจข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวใช้คำขยายอยู่ที่ 30 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 176

#### 3. ความคิดเห็น

3.1. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นข่าวที่มีผู้ประกาศข่าวใช้คำขยายอยู่ที่ 5 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 421

3.2. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวใช้คำขยายอยู่ที่ 4 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 82

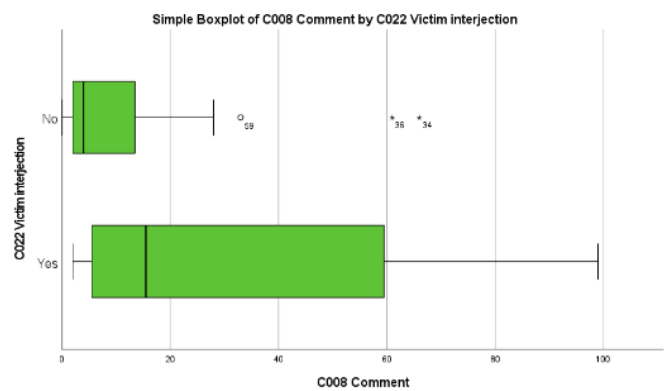
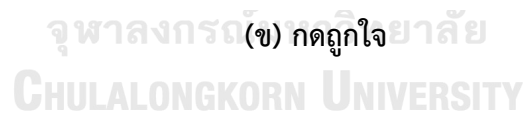
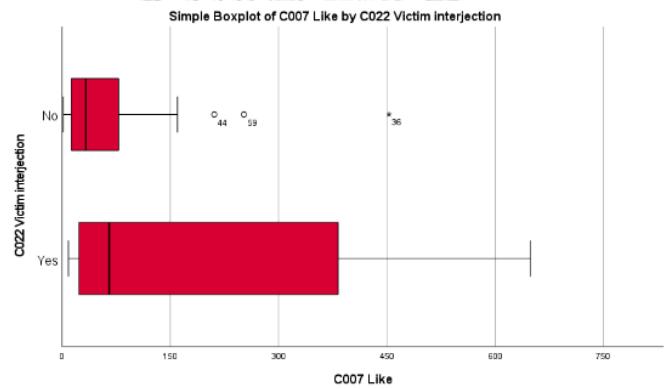
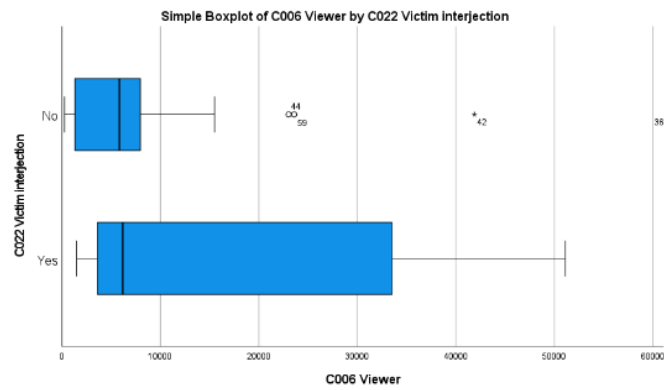
#### 4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ

4.1. ค่ามัธยฐาน (median) ค่ามัธยฐานการมีส่วนร่วมของข่าวที่มีผู้ประกาศข่าวใช้คำขยายสูงกว่าข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวใช้คำขยาย

- 4.2. การกระจายของข้อมูล inter quartile range (IQR) ช่วงที่มีผู้ประกาศข่าวใช้คำขยายการกระจายข้อมูลสูงกว่าช่วงที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวใช้คำขยาย
- 4.3. ข้อมูลที่ผิดปกติ (outlier) ช่วงที่มีผู้ประกาศข่าวใช้คำขยายมีข้อมูลที่ผิดปกติสูงกว่าช่วงที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวใช้คำขยาย



ภาพที่ 21 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงข่าวที่ประชาชนใช้คำขยาย



(ค) ความคิดเห็น

ตารางที่ 21 ประชาชนใช้คำขยาย

	ประชาชน ใช้คำขยาย	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR
รับชม	มี	1,507	1,507	3,597	6,173	33,541	343,114	343,114	339,517
	ไม่มี	260	318	1,323	5,838	7,975	61,526	177,043	60,203
ถูกใจ	มี	9	9	24	66	383	3,400	3,400	3,376
	ไม่มี	2	4	13	33	79	453	1,900	440
ความคิดเห็น	มี	2	2	6	16	60	667	667	661
	ไม่มี	0	0	2	4	14	145	425	143

บ็อกซ์พล็อตทั้ง 3 รายการแสดงถึง การรับชม การถูกใจ และความคิดเห็น ของประชาชนใช้คำขยายทั้ง 2 ประเภทได้แก่ ชาวที่มีประชาชนใช้คำขยายและชาวที่ไม่มีประชาชนใช้คำขยาย เพื่อทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมระหว่างเนื้อหาทั้ง 2 ประเภท ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

#### 1. การรับชม

- 1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมชาวที่มีประชาชนใช้คำขยายอยู่ที่ 6,173 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 339,517
- 1.2. ค่ามัธยฐานการรับชมชาวที่ไม่มีประชาชนใช้คำขยายอยู่ที่ 5,838 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 60,203

#### 2. กตถูกใจ

- 2.1. ค่ามัธยฐานกตถูกใจชาวที่มีประชาชนใช้คำขยายอยู่ที่ 66 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 3,376
- 2.2. ค่ามัธยฐานกตถูกใจชาวที่ไม่มีประชาชนใช้คำขยายอยู่ที่ 33 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 440

#### 3. ความคิดเห็น

- 3.1. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นชาวที่มีประชาชนใช้คำขยายอยู่ที่ 16 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 661
- 3.2. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นชาวที่ไม่มีประชาชนใช้คำขยายอยู่ที่ 4 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 143

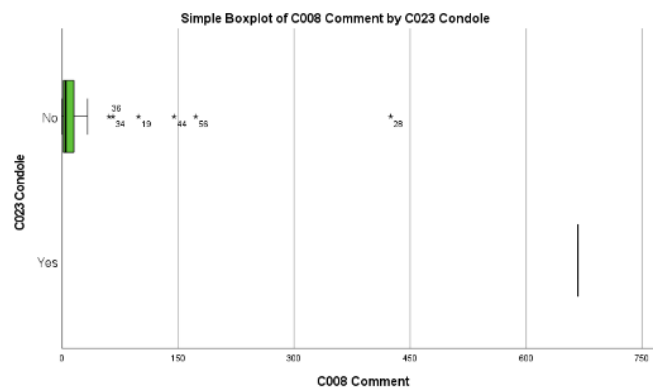
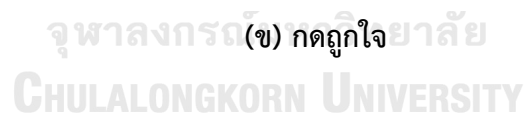
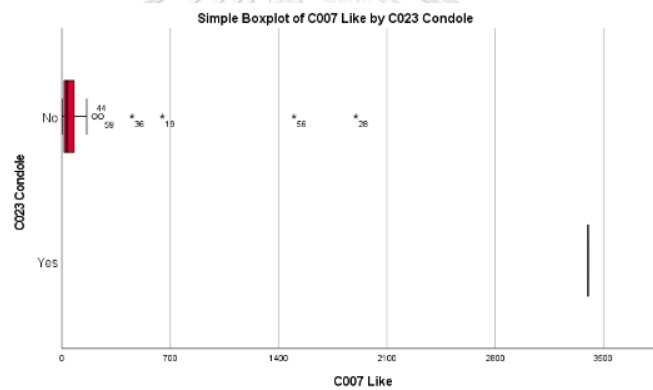
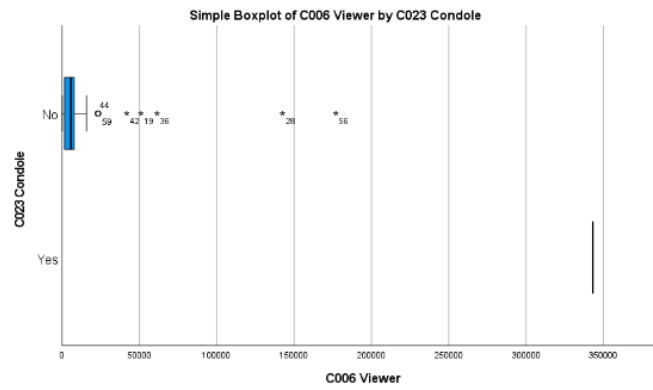
#### 4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ

- 4.1. ตำแหน่งมัธยฐาน (median) ค่ามัธยฐานการมีส่วนร่วมของชาวที่มีประชาชนใช้คำขยายสูงกว่าชาวที่ไม่มีประชาชนใช้คำขยาย

- 4.2. การกระจายของข้อมูล inter quartile range (IQR) ค่าวที่มีประชาชนใช้คำขยาย  
การกระจายของข้อมูลสูงกว่าค่าวที่ไม่มีประชาชนใช้คำขยาย
- 4.3. ข้อมูลที่ผิดปกติ (outlier) ค่าวที่มีประชาชนใช้คำขยายมีข้อมูลที่ผิดปกติสูงกว่าค่าว  
ที่ไม่มีประชาชนใช้คำขยาย



ภาพที่ 22 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงผู้ประกาศข่าวแสดงความเสียใจ



(ค) ความคิดเห็น

ตารางที่ 22 ผู้ประกาศข่าวแสดงความเสียใจ

แสดงความเสียใจ		Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR
รับ	มี	343,114	343,114	343,114	343,114	343,114	343,114	343,114	-
ชม	ไม่มี	260	339	1,570	5,800	7,985	51,109	177,043	49,539
ถูกใจ	มี	3,400	3,400	3,400	3,400	3,400	3,400	3,400	-
	ไม่มี	2	6	14	33	82	453	1,900	439
ความ	มี	667	667	667	667	667	667	667	-
คิด	ไม่มี	0	0	2	5	17	99	425	97
เห็น									

บ็อกซ์พล็อตทั้ง 3 รายการแสดงถึง การรับชม การถูกใจ และความคิดเห็น ของผู้ประกาศข่าวแสดงความเสียใจทั้ง 2 ประเภทได้แก่ ข่าวที่มีผู้ประกาศข่าวแสดงความเสียใจและข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวแสดงความเสียใจ เพื่อทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมระหว่างเนื้อหาทั้ง 2 ประเภท ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

#### 1. การรับชม

- 1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมข่าวที่มีผู้ประกาศข่าวแสดงความเสียใจอยู่ที่ 343,114 โดยไม่มีค่า IQR
- 1.2. ค่ามัธยฐานการรับชมข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวแสดงความเสียใจอยู่ที่ 5,800 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 49,539

#### 2. กดถูกใจ

- 2.1. ค่ามัธยฐานกดถูกใจข่าวที่มีผู้ประกาศข่าวแสดงความเสียใจอยู่ที่ 3,400 โดยไม่มีค่า IQR
- 2.2. ค่ามัธยฐานกดถูกใจข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวแสดงความเสียใจอยู่ที่ 33 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 439

#### 3. ความคิดเห็น

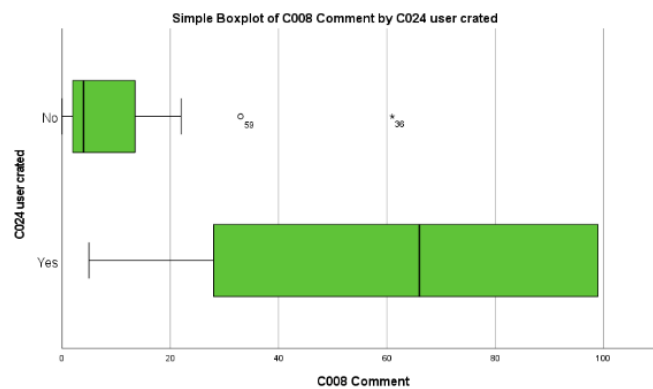
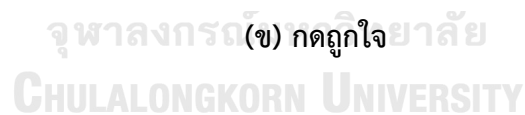
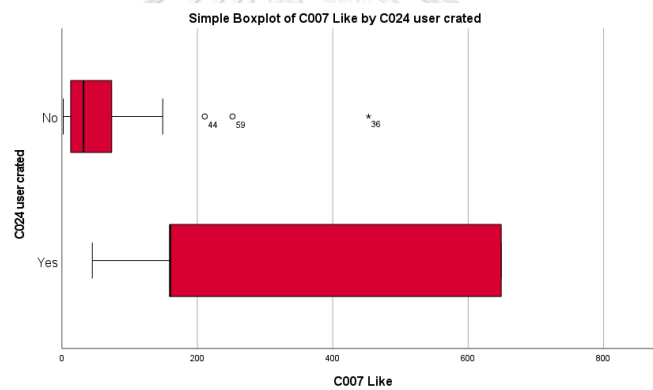
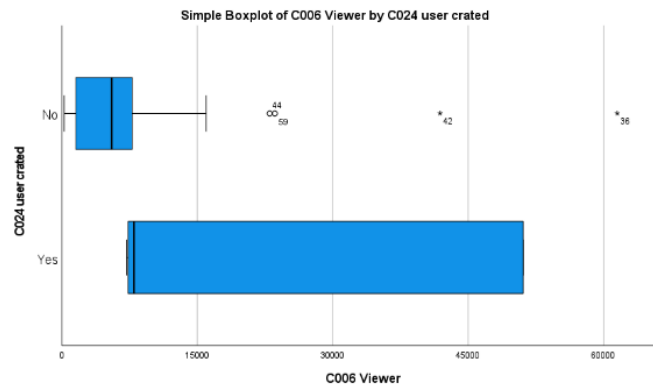
- 3.1. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นข่าวที่มีผู้ประกาศข่าวแสดงความเสียใจอยู่ที่ 667 โดยไม่มีค่า IQR
- 3.2. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวแสดงความเสียใจอยู่ที่ 5 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 97



4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ
  - 4.1. ค่ามัธยฐาน (Median) ค่ามัธยฐานการมีส่วนร่วมของข่าวที่มีผู้ประกาศข่าวแสดงความเสียใจสูงกว่าข่าวที่ไม่มีผู้ประกาศข่าวแสดงความเสียใจ
  - 4.2. การกระจายของข้อมูล Inter quartile range (IQR) ข่าวที่ผู้ประกาศข่าวแสดงความเสียใจไม่มีค่า IQR (เนื่องจากมีจำนวน 1 ข่าว)
  - 4.3. ข้อมูลที่ผิดปกติ (Outlier) ข่าวที่ผู้ประกาศข่าวแสดงความเสียใจไม่มีข้อมูลที่ผิดปกติ (เนื่องจากมีจำนวน 1 ข่าว)



ภาพที่ 23 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงคลิปจากประชาชน



(ค) ความคิดเห็น

ตารางที่ 23 คลิปจากประชาชน

	คลิปจาก ประชาชน	Min	P 05	P25	Med	P 75	P 95	Max	IQR
รับชม	มี	7,175	7,175	7,346	7,985	51,109	343,114	343,114	335,768
	ไม่มี	260	318	1,507	5,514	7,964	61,526	177,043	60,019
ถูกใจ	มี	45	45	159	160	649	3,400	3,400	3,241
	ไม่มี	2	4	12	32	75	453	1,900	441
ความคิดเห็น	มี	5	5	28	66	99	667	667	639
	ไม่มี	0	0	2	4	14	145	425	143

บ็อกซ์พล็อตทั้ง 3 รายการแสดงถึง การรับชม การถูกใจ และความคิดเห็น ของคลิปจากประชาชนทั้ง 2 ประเภทได้แก่ ชาวที่มีคลิปจากประชาชนและชาวที่ไม่มีคลิปจากประชาชน เพื่อทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมระหว่างเนื้อหาทั้ง 2 ประเภท ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

#### 1. การรับชม

- 1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมชาวที่มีคลิปจากประชาชนอยู่ที่ 7,985 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 335,768
- 1.2. ค่ามัธยฐานการรับชมชาวที่ไม่มีคลิปจากประชาชนอยู่ที่ 5,514 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 60,019

#### 2. กดถูกใจ

- 2.1. ค่ามัธยฐานกดถูกใจชาวที่มีคลิปจากประชาชนอยู่ที่ 160 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 3,241
- 2.2. ค่ามัธยฐานกดถูกใจชาวที่ไม่มีคลิปจากประชาชนอยู่ที่ 32 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 441

#### 3. ความคิดเห็น

- 3.1. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นชาวที่มีคลิปจากประชาชนอยู่ที่ 66 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 639
- 3.2. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นชาวที่ไม่มีคลิปจากประชาชนอยู่ที่ 4 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 143

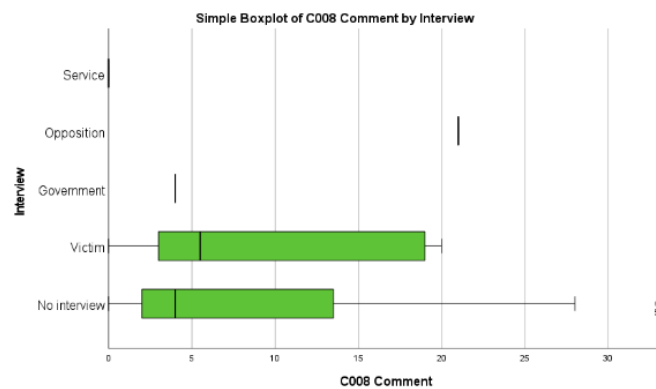
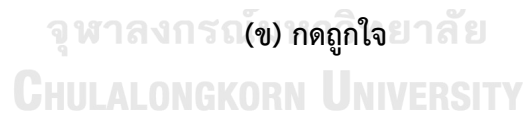
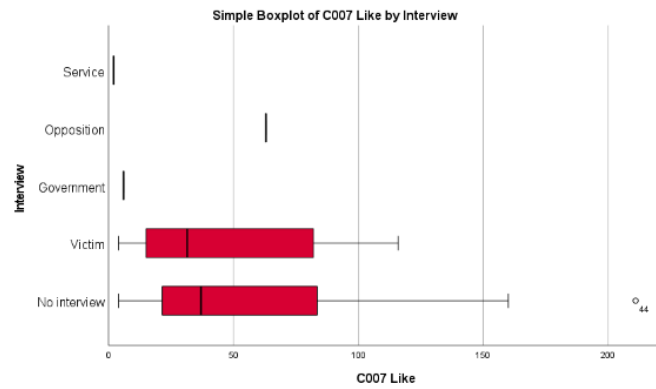
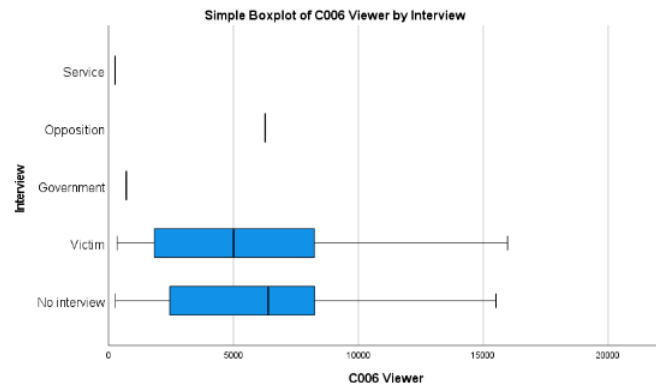
#### 4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ

- 4.1. ค่ามัธยฐาน (median) ค่ามัธยฐานการมีส่วนร่วมของชาวที่มีคลิปจากประชาชนสูงกว่าชาวที่ไม่มีคลิปจากประชาชน

- 4.2. การกระจายของข้อมูล inter quartile range (IQR) ชาวที่มีคลิปจากประชาชน  
การกระจายข้อมูลสูงกว่าชาวที่ไม่มีคลิปจากประชาชน
- 4.3. ข้อมูลที่ผิดปกติ (outlier) ชาวที่มีคลิปจากประชาชนมีข้อมูลที่ผิดปกติสูงกว่าชาวที่  
ไม่มีคลิปจากประชาชน



ภาพที่ 24 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีรูปแบบที่แตกต่างกันของการสัมภาษณ์



(ค) ความคิดเห็น

ตารางที่ 24 การสัมภาษณ์

	การสัมภาษณ์	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR
รับชม	หน่วยงาน	260	260	260	260	260	260	260	-
	ราชการ								
	ฝ่ายค้ำ	6,269	6,269	6,269	6,269	6,269	6,269	6,269	-
	รัฐบาล	710	710	710	710	710	710	710	-
	ผู้ประสบภัย	339	339	1,830	5,004	8,240	343,114	343,114	341,284
	ไม่มี	272	379	1,729	6,387	8,511	41,895	61,526	40,166
ถูกใจ	หน่วยงาน	2	2	2	2	2	2	2	-
	ราชการ								
	ฝ่ายค้ำ	63	63	63	63	63	63	63	-
	รัฐบาล	6	6	6	6	6	6	6	-
	ผู้ประสบภัย	4	4	15	32	82	3,400	3,400	3,385
	ไม่มี	4	7	18	37	84	252	649	234
ความคิดเห็น	หน่วยงาน	0	0	0	0	0	0	0	-
	ราชการ								
	ฝ่ายค้ำ	21	21	21	21	21	21	21	-
	รัฐบาล	4	4	4	4	4	4	4	-
	ผู้ประสบภัย	0	0	3	6	19	667	667	664
	ไม่มี	0	0	2	4	14	66	145	64

บ็อกซ์พล็อตทั้ง 3 รายการแสดงถึง การรับชม การถูกใจ และความคิดเห็น ของข่าวการสัมภาษณ์ทั้ง 5 ประเภทได้แก่ หน่วยงานราชการ ฝ่ายค้ำ รัฐบาล ผู้ประสบภัย และไม่มีสัมภาษณ์ เพื่อทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมระหว่างเนื้อหาทั้ง 5 ประเภท ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

#### 1. การรับชม

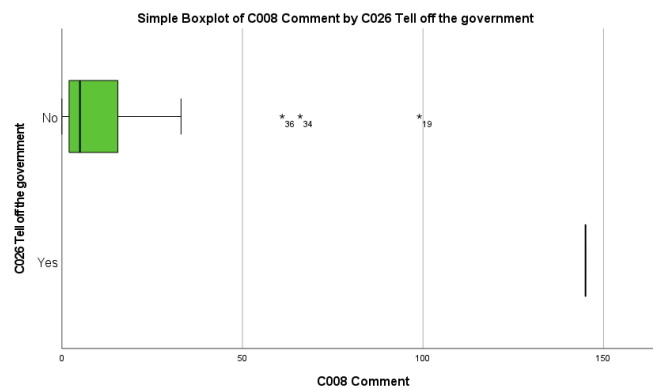
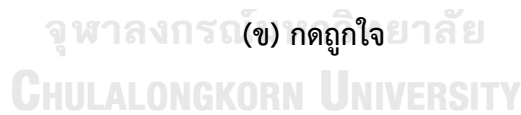
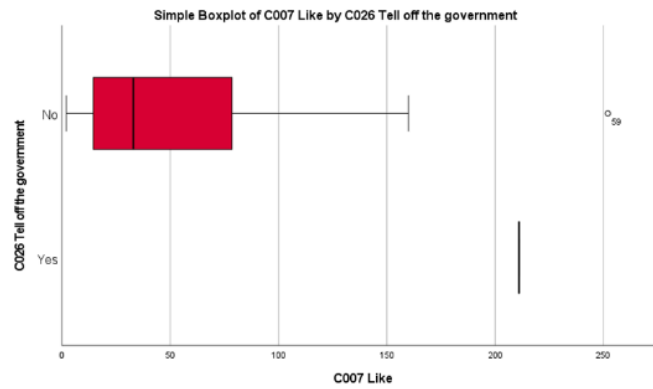
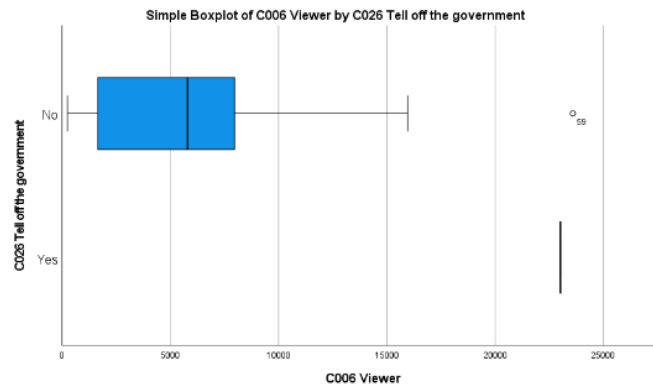
- 1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมหน่วยงานราชการอยู่ที่ 260 โดยไม่มีค่า IQR
- 1.2. ค่ามัธยฐานการรับชมฝ่ายค้ำอยู่ที่ 6,269 โดยไม่มีค่า IQR
- 1.3. ค่ามัธยฐานการรับชมรัฐบาลอยู่ที่ 710 โดยไม่มีค่า IQR
- 1.4. ค่ามัธยฐานการรับชมผู้ประสบภัยอยู่ที่ 5,004 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 341,284
- 1.5. ค่ามัธยฐานการรับชมไม่มีสัมภาษณ์อยู่ที่ 6,387 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 40,166

#### 2. กตถูกใจ

- 2.1. ค่ามัธยฐานกตถูกใจหน่วยงานราชการที่ 2 โดยไม่มีค่า IQR

- 2.2. ค่ามัธยฐานกตฤกษ์ใจฝ้ายค้ำอยู่ที่ 63 โดยไม่มีค่า IQR
- 2.3. ค่ามัธยฐานกตฤกษ์ใจรัฐบาลอยู่ที่ 6 โดยไม่มีค่า IQR
- 2.4. ค่ามัธยฐานกตฤกษ์ใจผู้ประสภัยอยู่ที่ 32 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 3,385
- 2.5. ค่ามัธยฐานกตฤกษ์ใจไม่มีการสัมภาษณ์อยู่ที่ 37 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 234
3. ความคิดเห็น
  - 3.1. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นหน่วยงานราชการอยู่ที่ 0 โดยไม่มีค่า IQR
  - 3.2. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นฝ้ายค้ำอยู่ที่ 21 โดยไม่มีค่า IQR
  - 3.3. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นรัฐบาลอยู่ที่ 4 โดยไม่มีค่า IQR
  - 3.4. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นผู้ประสภัยอยู่ที่ 6 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 664
  - 3.5. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นไม่มีการสัมภาษณ์อยู่ที่ 4 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 64
4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ
  - 4.1. ค่ามัธยฐาน (median)
    - 4.1.1.ค่ามัธยฐานการรับชมของไม่มีการสัมภาษณ์สูงสุด รองลงมาฝ้ายค้ำ ผู้ประสภัย รัฐบาลและหน่วยงานราชการ
    - 4.1.2.ค่ามัธยฐานกตฤกษ์ใจของฝ้ายค้ำ รองลงมาไม่มีการสัมภาษณ์ ผู้ประสภัย รัฐบาล และหน่วยงานราชการ
    - 4.1.3.ค่ามัธยฐานความคิดเห็นของฝ้ายค้ำสูงที่สุด รองลงมาผู้ประสภัย รัฐบาล ไม่มีการสัมภาษณ์ และหน่วยงานราชการ
  - 4.2. การกระจายของข้อมูล inter quartile range (IQR)
    - 4.2.1.ผู้ประสภัยมีการกระจายของข้อมูลสูงที่สุดรองลงมาคือไม่มีการสัมภาษณ์
    - 4.2.2.ฝ้ายค้ำ รัฐบาล และหน่วยงานราชการไม่มีค่า IQR (เนื่องจากมีจำนวน 1 ข้าว)
  - 4.3. ข้อมูลที่ผิดปกติ (outlier)
    - 4.3.1.ผู้ประสภัยมีข้อมูลที่ผิดปกติสูงที่สุดรองลงมาคือไม่มีการสัมภาษณ์
    - 4.3.2.ฝ้ายค้ำ รัฐบาล และหน่วยงานราชการไม่มีข้อมูลที่ผิดปกติ (เนื่องจากมีจำนวน 1 ข้าว)

ภาพที่ 25 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงประชาชนวิจารณ์รัฐบาล



(ค) ความคิดเห็น



ตารางที่ 25 ประชาชนวิจารณ์รัฐบาล

	ประชาชน วิจารณ์รัฐบาล	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR
รับชม	มี	23,020	23,020	23,020	23,020	23,020	23,020	23,020	-
	ไม่มี	260	339	1,570	5,800	7,985	61,526	343,114	59,956
ถูกใจ	มี	211	211	211	211	211	211	211	-
	ไม่มี	2	6	14	33	82	649	3,400	635
ความ คิดเห็น	มี	145	145	145	145	145	145	145	-
	ไม่มี	0	0	2	5	17	99	667	97

บ็อกซ์พล็อตทั้ง 3 รายการแสดงถึง การรับชม การถูกใจ และความคิดเห็น ของชาว  
ประชาชนวิจารณ์รัฐบาลทั้ง 2 ประเภทได้แก่ ชาวที่มีประชาชนวิจารณ์รัฐบาลและชาวที่ไม่มีประชาชน  
วิจารณ์รัฐบาล เพื่อทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมระหว่างเนื้อหาทั้ง 2 ประเภท ว่ามีความแตกต่างกัน  
อย่างไร

#### 1. การรับชม

- 1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมชาวที่มีประชาชนวิจารณ์รัฐบาลอยู่ที่ 23,020 โดยไม่มีค่า IQR
- 1.2. ค่ามัธยฐานการรับชมชาวที่ไม่มีประชาชนวิจารณ์รัฐบาลอยู่ที่ 5,800 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 59,956

#### 2. กตถูกใจ

- 2.1. ค่ามัธยฐานกตถูกใจชาวที่มีประชาชนวิจารณ์รัฐบาลอยู่ที่ 211 โดยไม่มีค่า IQR
- 2.2. ค่ามัธยฐานกตถูกใจชาวที่ไม่มีประชาชนวิจารณ์รัฐบาลอยู่ที่ 33 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 635

#### 3. ความคิดเห็น

- 3.1. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นชาวที่มีประชาชนวิจารณ์รัฐบาลอยู่ที่ 145 โดยไม่มีค่า IQR
- 3.2. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นชาวที่ไม่มีประชาชนวิจารณ์รัฐบาลอยู่ที่ 5 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 97

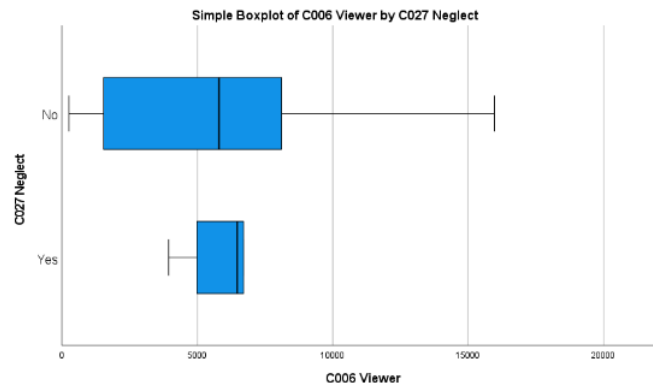
#### 4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ

- 4.1. ค่ามัธยฐาน (median) ค่ามัธยฐานการมีส่วนร่วมของชาวที่มีประชาชนวิจารณ์  
รัฐบาลสูงกว่าชาวที่ไม่มีประชาชนวิจารณ์รัฐบาล

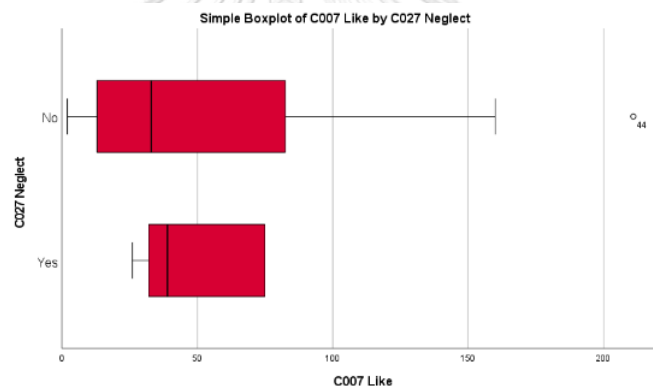
- 4.2. การกระจายของข้อมูล inter quartile range (IQR) ชาวที่มีประชาชนวิจารณ์  
รัฐบาลไม่มีค่า IQR (เนื่องจากมีจำนวน 1 ชาว)
- 4.3. ข้อมูลที่ผิดปกติ (outlier) ชาวที่มีประชาชนวิจารณ์รัฐบาลไม่มีข้อมูลที่ผิดปกติ  
(เนื่องจากมีจำนวน 1 ชาว)



ภาพที่ 26 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงชุมชนถูกละเลย



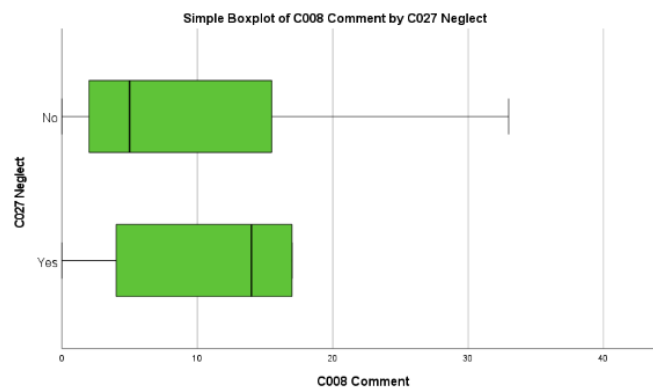
(ก) การรับชม



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(ข) กดถูกใจ

CHULALONGKORN UNIVERSITY



(ค) ความคิดเห็น

ตารางที่ 26 ชุมชนถูกละเลย

	ชุมชน ถูกละเลย	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR
รับชม	มี	3,944	3,944	4,984	6,475	6,708	142,533	142,533	137,549
	ไม่มี	260	318	1,507	5,800	8,240	61,526	343,114	60,019
ถูกใจ	มี	26	26	32	39	75	1,900	1,900	1,868
	ไม่มี	2	4	12	33	83	649	3,400	637
ความคิดเห็น	มี	0	0	4	14	17	425	425	421
	ไม่มี	0	0	2	5	17	145	667	143

บ็อกซ์พล็อตทั้ง 3 รายการแสดงถึง การรับชม การถูกใจ และความคิดเห็น ของชาวประชาชนถูกละเลยทั้ง 2 ประเภทได้แก่ ชาวที่มีชุมชนถูกละเลยและชาวที่ไม่มีประชาชนถูกละเลย เพื่อทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมระหว่างเนื้อหาทั้ง 2 ประเภท ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

#### 1. การรับชม

1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมชาวที่มีชุมชนถูกละเลยอยู่ที่ 6,475 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 137,549

1.2. ค่ามัธยฐานการรับชมชาวที่ไม่มีชุมชนถูกละเลยอยู่ที่ 5,800 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 60,019

#### 2. กดถูกใจ

2.1. ค่ามัธยฐานกดถูกใจชาวที่มีชุมชนถูกละเลยอยู่ที่ 39 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 1,868

2.2. ค่ามัธยฐานกดถูกใจชาวที่ไม่มีชุมชนถูกละเลยอยู่ที่ 33 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 637

#### 3. ความคิดเห็น

3.1. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นชาวที่มีชุมชนถูกละเลยอยู่ที่ 14 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 421

3.2. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นชาวที่ไม่มีชุมชนถูกละเลยอยู่ที่ 5 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 143

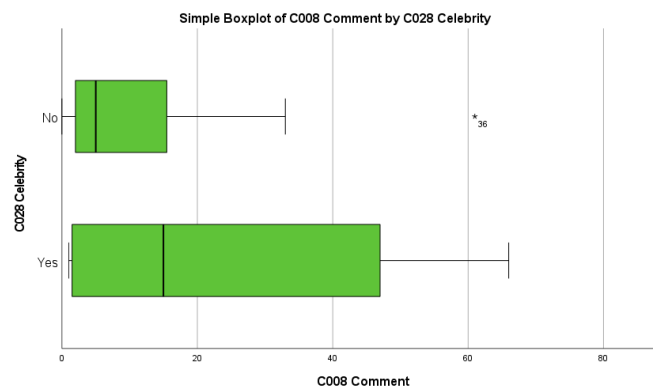
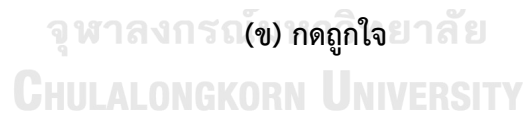
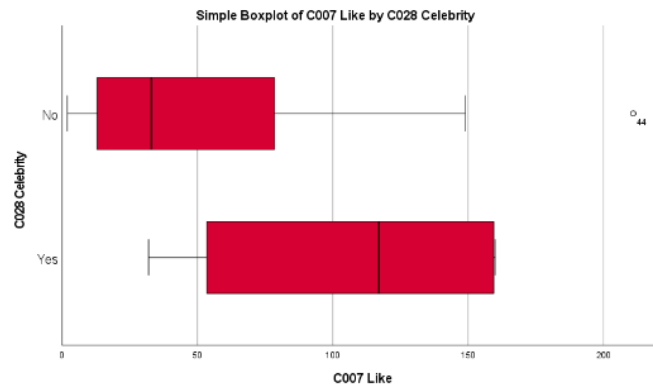
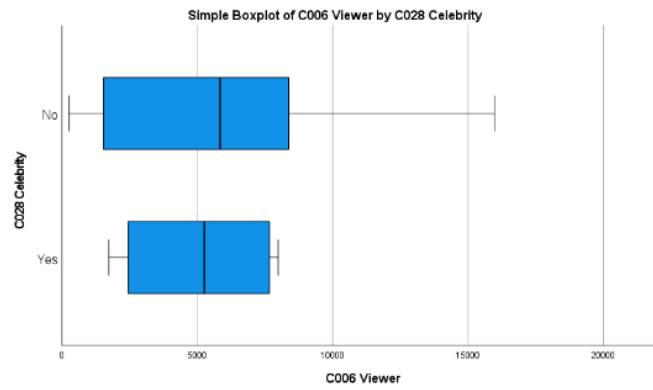
#### 4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ

4.1. ค่ามัธยฐาน (median) ค่ามัธยฐานการมีส่วนร่วมชาวที่มีชุมชนถูกละเลยสูงกว่าชาวที่ไม่มีชุมชนไม่ได้ถูกละเลย

4.2. การกระจายของข้อมูล inter quartile range (IQR) ชาวที่มีชุมชนถูกละเลยการกระจายข้อมูลสูงกว่าชาวที่ไม่มีชุมชนถูกละเลย

4.3. ข้อมูลที่ผิดปกติ (outlier) ชาวที่ไม่มีชุมชนถูกละเลยมีข้อมูลที่ผิดปกติสูงกว่าชาวที่มีชุมชนถูกละเลย

ภาพที่ 27 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงภาพลักษณ์เชิงบวกดารา



(ค) ความคิดเห็น

ตารางที่ 27 ภาพลักษณ์เชิงบวกดาราร

	ภาพลักษณ์ เชิงบวกดาราร	Min	P 05	P 25	Med	P75	P95	Max	IQR
รับชม	มี	1,729	1,729	2,450	5,259	7,666	7,985	7,985	5,535
	ไม่มี	260	329	1,539	5,838	8,376	102,030	343,114	100,491
ถูกใจ	มี	32	32	54	117	160	160	160	106
	ไม่มี	2	5	13	33	79	1,075	3,400	1,062
ความ	มี	1	1	2	15	47	66	66	64
คิดเห็น	ไม่มี	0	0	2	5	16	159	667	157

บ็อกซ์พล็อตทั้ง 3 รายการแสดงถึง การรับชม การถูกใจ และความคิดเห็น ของภาพลักษณ์เชิงบวกดารารทั้ง 2 ประเภทได้แก่ ชาวที่มีภาพลักษณ์เชิงบวกดารารและชาวที่ไม่มีภาพลักษณ์เชิงบวกดาราร เพื่อทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมระหว่างเนื้อหาทั้ง 2 ประเภท ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

#### 1. การรับชม

1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมชาวที่ไม่มีภาพลักษณ์เชิงบวกของดารารอยู่ที่ 5,259 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 5,535

1.2. ค่ามัธยฐานการรับชมไม่มีภาพลักษณ์เชิงบวกดารารอยู่ที่ 5,838 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 100,491

#### 2. กตถูกใจ

2.1. ค่ามัธยฐานกตถูกใจภาพลักษณ์เชิงบวกดารารอยู่ที่ 117 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 160

2.2. ค่ามัธยฐานกตถูกใจไม่มีภาพลักษณ์เชิงบวกดารารอยู่ที่ 33 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 1,062

#### 3. ความคิดเห็น

3.1. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นภาพลักษณ์เชิงบวกดารารอยู่ที่ 15 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 422

3.2. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นไม่มีภาพลักษณ์เชิงบวกดารารอยู่ที่ 5 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 97

#### 4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ

##### 4.1. ค่ามัธยฐาน (median)

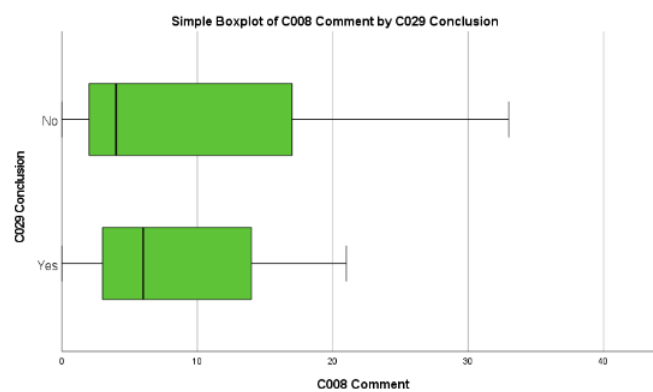
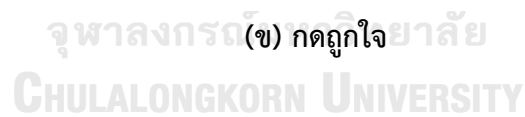
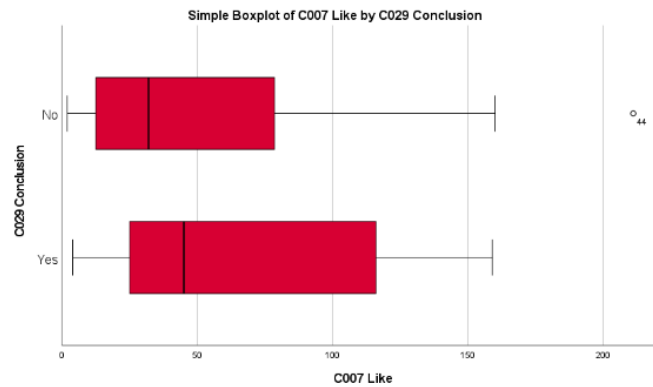
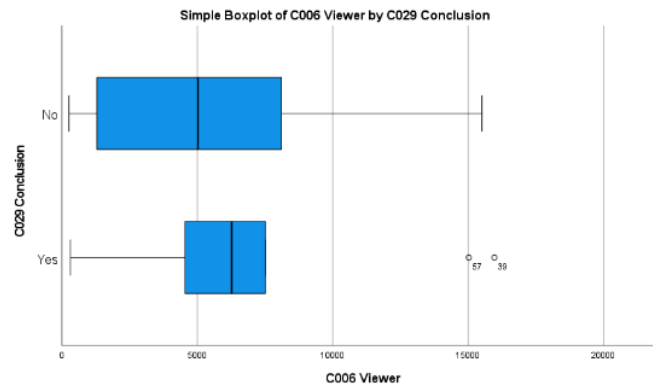
4.1.1.ค่ามัธยฐานการรับชมชาวที่ไม่มีภาพลักษณ์เชิงบวกของดารารสูงกว่าชาวที่ภาพลักษณ์เชิงบวกของดาราร

4.1.2.ค่ามัธยฐานการกตถูกใจและแสดงความคิดเห็นของชาวที่มีภาพลักษณ์เชิงบวกของดารารสูงกว่าชาวที่ไม่มีภาพลักษณ์เชิงบวกของดาราร

- 4.2. การกระจายของข้อมูล inter quartile range (IQR) ค่าที่ไม่มีภาพลักษณ์เชิงบวก  
ของดาราการกระจายข้อมูลสูงกว่าค่าที่มีภาพลักษณ์เชิงบวกดารา
- 4.3. ข้อมูลที่ผิดปกติ (outlier) ค่าที่ไม่มีภาพลักษณ์เชิงบวกดารามีข้อมูลที่ผิดปกติสูง  
กว่าค่าที่มีภาพลักษณ์เชิงบวกดารา



ภาพที่ 28 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงการสรุปเหตุการณ์อุทกภัย



(ค) ความคิดเห็น



ตารางที่ 28 สรุปเหตุการณ์อุทกภัย

	สรุปเหตุการณ์	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR
รับชม	มี	318	910	4,543	6,269	7,519	142,533	343,114	137,990
	ไม่มี	260	339	1,075	5,023	8,240	51,109	177,043	50,034
ถูกใจ	มี	4	7	25	45	116	1,900	3,400	1,875
	ไม่มี	2	6	11	32	82	453	1,500	442
ความคิดเห็น	มี	0	0	3	6	14	425	667	422
	ไม่มี	0	0	2	4	17	99	173	97

บ็อกซ์พล็อตทั้ง 3 รายการแสดงถึง การรับชม การถูกใจ และความคิดเห็น ของข่าวสรุปเหตุการณ์ทั้ง 2 ประเภทได้แก่ ข่าวที่มีการสรุปเหตุการณ์อุทกภัยและข่าวที่ไม่สรุปเหตุการณ์อุทกภัย เพื่อทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมระหว่างเนื้อหาทั้ง 2 ประเภท ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

#### 1. การรับชม

- 1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมข่าวที่มีการสรุปเหตุการณ์อุทกภัยอยู่ที่ 6,269 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 137,990
- 1.2. ค่ามัธยฐานการรับชมข่าวที่ไม่มีการสรุปเหตุการณ์อุทกภัยอยู่ที่ 5,023 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 50,034

#### 2. กดถูกใจ

- 2.1. ค่ามัธยฐานกดถูกใจข่าวที่มีการสรุปเหตุการณ์อุทกภัยอยู่ที่ 45 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 1,875
- 2.2. ค่ามัธยฐานกดถูกใจข่าวที่ไม่มีการสรุปเหตุการณ์อุทกภัยอยู่ที่ 32 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 442

#### 3. ความคิดเห็น

- 3.1. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นข่าวที่มีการสรุปเหตุการณ์อุทกภัยอยู่ที่ 6 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 422
- 3.2. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นข่าวที่ไม่มีการสรุปเหตุการณ์อุทกภัยอยู่ที่ 4 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 97

#### 4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ

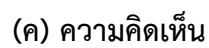
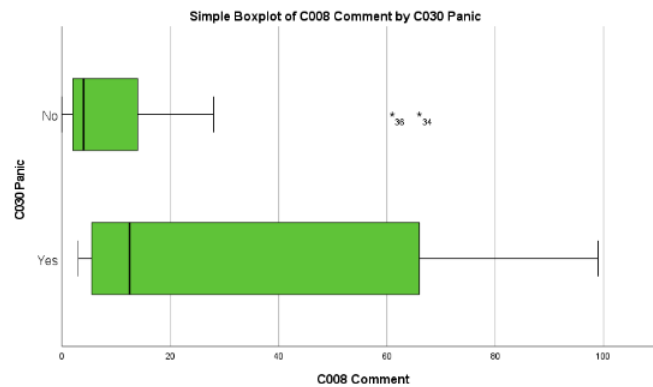
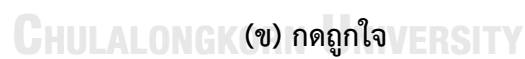
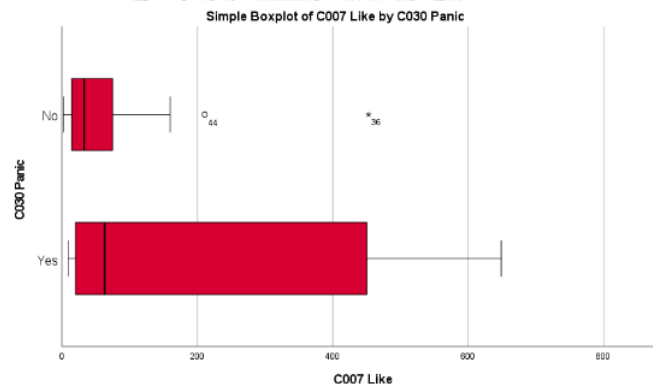
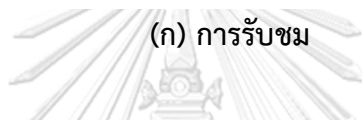
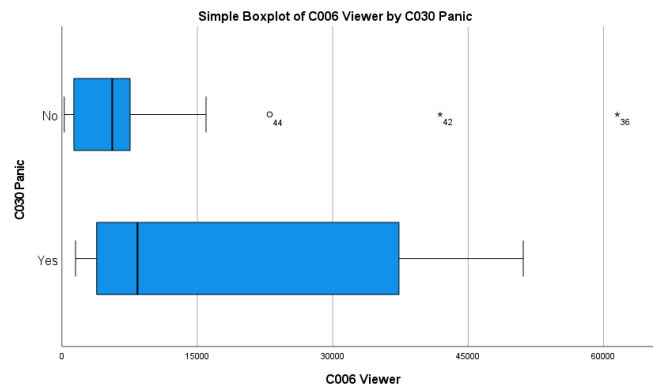
- 4.1. ค่ามัธยฐาน (median) ค่ามัธยฐานการมีส่วนร่วมข่าวที่มีการสรุปเหตุการณ์อุทกภัยสูงกว่าข่าวที่ไม่มีการสรุปเหตุการณ์อุทกภัย

- 4.2. การกระจายของข้อมูล inter quartile range (IQR) ค่าที่มีการสรุปเหตุการณ์  
อุทกภัยการกระจายข้อมูลสูงกว่าค่าที่ไม่มีการสรุปเหตุการณ์อุทกภัย
- 4.3. ข้อมูลที่ผิดปกติ (outlier) ค่าที่มีการสรุปเหตุการณ์อุทกภัยมีข้อมูลที่ผิดปกติสูง  
กว่าค่าที่ไม่มีการสรุปเหตุการณ์อุทกภัย



#### 4.4 ชาวที่สะท้อนอารมณ์ของผู้ชม

ภาพที่ 29 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงประชาชนตื่นตระหนก



ตารางที่ 29 ประชาชนตื่นตระหนก

	ประชาชน ตื่นตระหนก	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR
รับชม	มี	1,507	1,507	3,853	8,376	37,348	343,114	343114	339,261
	ไม่มี	260	318	1,323	5,576	7,559	61,526	177043	60,203
ถูกใจ	มี	9	9	20	63	451	3,400	3,400	3,380
	ไม่มี	2	4	15	33	75	453	1,900	438
ความ	มี	3	3	6	13	66	667	667	661
คิดเห็น	ไม่มี	0	0	2	4	14	145	425	143

บ็อกซ์พล็อตทั้ง 3 รายการแสดงถึง การรับชม การถูกใจ และความคิดเห็น ของชาว  
ประชาชนตื่นตระหนกทั้ง 2 ประเภทได้แก่ ชาวที่มีประชาชนตื่นตระหนกและชาวที่ไม่มีประชาชนตื่น  
ตระหนก เพื่อทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมระหว่างเนื้อหาทั้ง 2 ประเภท ว่ามีความแตกต่างกัน

#### 1. การรับชม

- 1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมข่าวที่มีประชาชนตื่นตระหนกอยู่ที่ 8,376 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 339,261
- 1.2. ค่ามัธยฐานการรับชมข่าวที่ไม่มีประชาชนตื่นตระหนกอยู่ที่ 5,576 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 60,203

#### 2. กตถูกใจ

- 2.1. ค่ามัธยฐานกตถูกใจข่าวที่มีประชาชนตื่นตระหนกอยู่ที่ 63 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 3,380
- 2.2. ค่ามัธยฐานกตถูกใจข่าวที่ไม่มีประชาชนตื่นตระหนกอยู่ที่ 33 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 438

#### 3. ความคิดเห็น

- 3.1. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นข่าวที่มีประชาชนตื่นตระหนกอยู่ที่ 13 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 661
- 3.2. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นข่าวที่ไม่มีประชาชนตื่นตระหนกอยู่ที่ 4 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 143

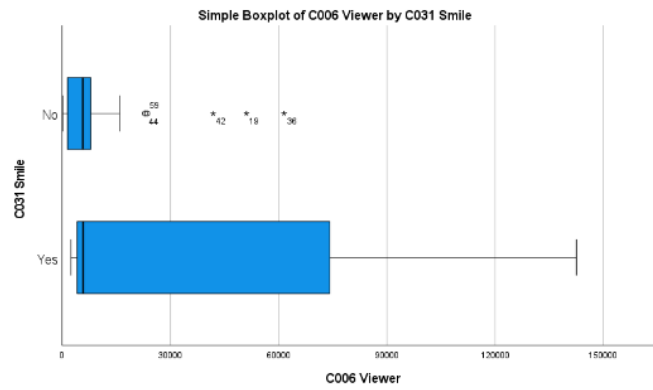
#### 4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ

- 4.1. ค่ามัธยฐาน (median) ค่ามัธยฐานการมีส่วนร่วมของข่าวที่มีประชาชนตื่นตระหนก สูงกว่าข่าวที่ไม่มีประชาชนตื่นตระหนก

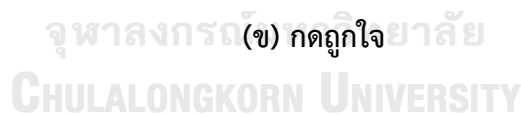
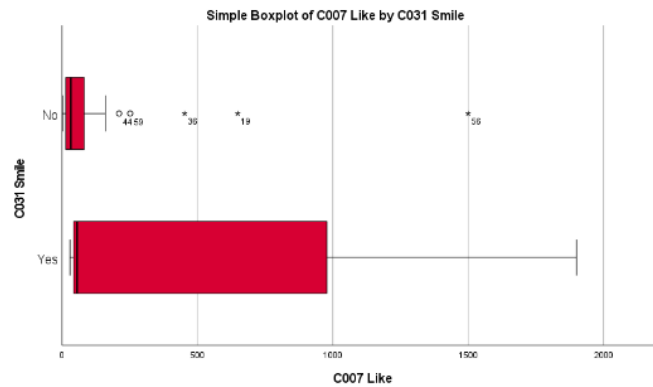
- 4.2. การกระจายของข้อมูล Inter quartile range (IQR) ชาวที่มีประชาชนต้นตระหนก  
การกระจายข้อมูลสูงกว่าชาวที่ไม่มีประชาชนต้นตระหนก
- 4.3. ข้อมูลที่ผิดปกติ (Outlier) ชาวที่ประชาชนต้นตระหนกมีข้อมูลที่ผิดปกติสูงกว่าชาว  
ที่ไม่มีประชาชนต้นตระหนก



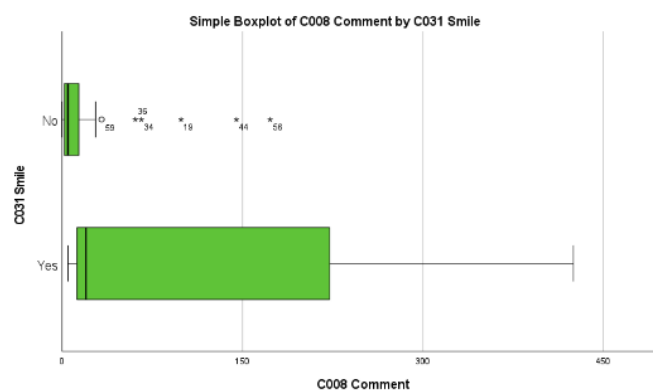
ภาพที่ 30 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงอารมณ์ในเชิงบวก



(ก) การรับชม



(ข) กดถูกใจ



(ค) ความคิดเห็น

ตารางที่ 30 อารมณ์ในเชิงบวก

	อารมณ์ในเชิงบวก	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR
รับชม	มี	2,481	2,481	2,481	5,875	142,533	142,533	142,533	140,052
	ไม่มี	260	339	1,570	5,800	7,985	51,109	343,114	49,539
ถูกใจ	มี	30	30	30	56	1,900	1,900	1,900	1,870
	ไม่มี	2	6	14	33	82	453	3,400	439
ความคิดเห็น	มี	5	5	5	20	425	425	425	420
	ไม่มี	0	0	2	5	14	99	667	97

บ็อกซ์พล็อตทั้ง 3 รายการแสดงถึง การรับชม การถูกใจ และความคิดเห็น ของข่าวอารมณ์ในเชิงบวกทั้ง 2 ประเภทได้แก่ ข่าวที่มีอารมณ์ในเชิงบวกและข่าวที่ไม่มีอารมณ์ในเชิงบวก เพื่อทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมระหว่างเนื้อหาทั้ง 2 ประเภท ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

#### 1. การรับชม

- 1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมข่าวที่มีอารมณ์ในเชิงบวกอยู่ที่ 5,875 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 140,052
- 1.2. ค่ามัธยฐานการรับชมข่าวที่ไม่มีอารมณ์ในเชิงบวกอยู่ที่ 5,800 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 49,539

#### 2. กดถูกใจ

- 2.1. ค่ามัธยฐานกดถูกใจข่าวที่มีอารมณ์ในเชิงบวกอยู่ที่ 56 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 1,870
- 2.2. ค่ามัธยฐานกดถูกใจข่าวที่ไม่มีอารมณ์ในเชิงบวกอยู่ที่ 33 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 439

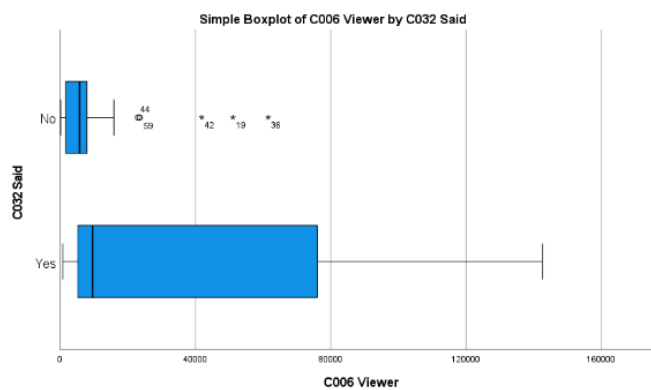
#### 3. ความคิดเห็น

- 3.1. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นข่าวที่มีอารมณ์ในเชิงบวกอยู่ที่ 20 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 420
- 3.2. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นข่าวที่ไม่มีอารมณ์ในเชิงบวกอยู่ที่ 5 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 97

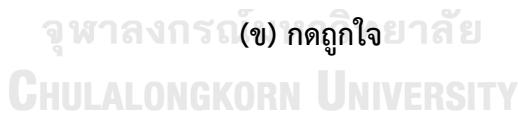
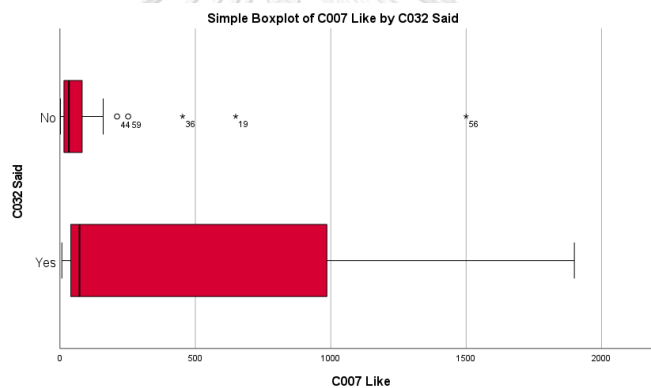
#### 4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ

- 4.1. ค่ามัธยฐาน (median) ค่ามัธยฐานการมีส่วนร่วมของข่าวที่มีอารมณ์เชิงบวกสูงกว่าข่าวที่ไม่มีอารมณ์เชิงบวก
- 4.2. การกระจายของข้อมูล inter quartile range (IQR) ข่าวที่มีอารมณ์ในเชิงบวกการกระจายข้อมูลสูงกว่าข่าวที่ไม่มีอารมณ์ในเชิงบวก
- 4.3. ข้อมูลที่ผิดปกติ (outlier) ข่าวที่ไม่มีอารมณ์ในเชิงบวกมีข้อมูลที่ผิดปกติสูงกว่าข่าวที่มีอารมณ์ในเชิงบวก

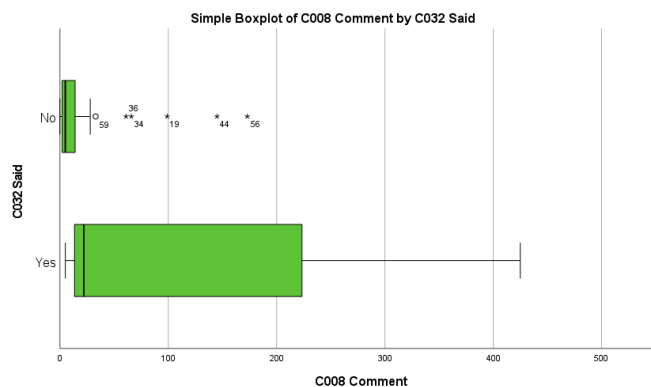
ภาพที่ 31 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงอารมณ์ในเชิงลบ



(ก) การรับชม



(ข) กดถูกใจ



(ค) ความคิดเห็น



ตารางที่ 31 อารมณ์ในเชิงลบ

	อารมณ์ในเชิงลบ	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR
รับชม	มี	887	887	887	9,656	142,533	142,533	142,533	141,646
	ไม่มี	260	339	1,729	5,800	7,964	51,109	343,114	49,380
ถูกใจ	มี	7	7	7	72	1,900	1,900	1,900	1,893
	ไม่มี	2	6	15	33	82	453	3,400	438
ความคิดเห็น	มี	5	5	5	22	425	425	425	420
	ไม่มี	0	0	2	5	14	99	667	97

บ็อกซ์พล็อตทั้ง 3 รายการแสดงถึง การรับชม การถูกใจ และความคิดเห็น ของข่าวอารมณ์ในเชิงลบทั้ง 2 ประเภทได้แก่ ข่าวที่มีอารมณ์ในเชิงลบและข่าวที่ไม่มีอารมณ์ในเชิงลบ เพื่อทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมระหว่างเนื้อหาทั้ง 2 ประเภท ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

#### 1. การรับชม

- 1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมข่าวที่มีอารมณ์ในเชิงลบอยู่ที่ 9,656 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 141,646
- 1.2. ค่ามัธยฐานการรับชมข่าวที่ไม่มีอารมณ์ในเชิงลบอยู่ที่ 5,800 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 49,380

#### 2. กดถูกใจ

- 2.1. ค่ามัธยฐานกดถูกใจข่าวที่มีอารมณ์ในเชิงลบอยู่ที่ 72 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 1,893
- 2.2. ค่ามัธยฐานกดถูกใจข่าวที่ไม่มีอารมณ์ในเชิงลบอยู่ที่ 33 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 420

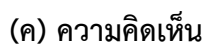
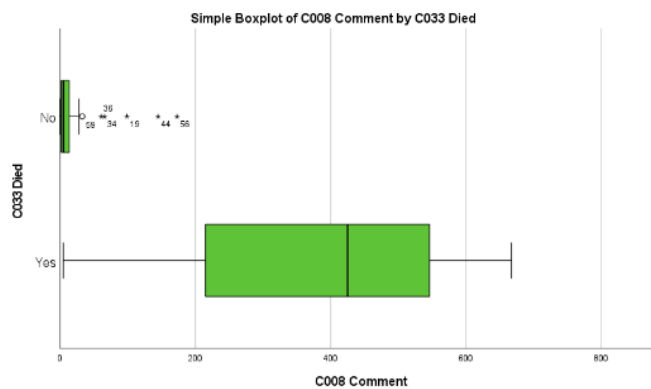
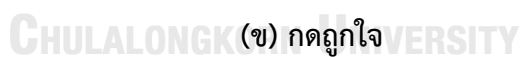
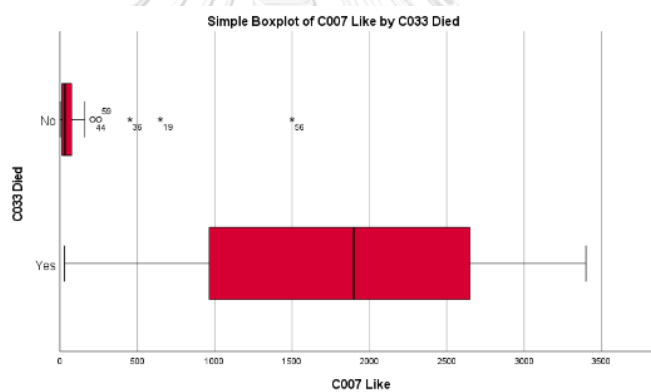
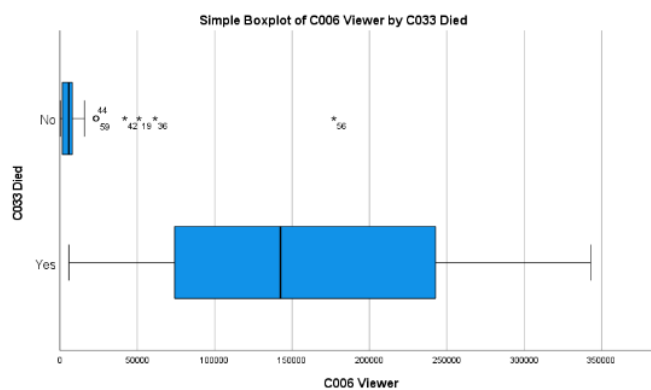
#### 3. ความคิดเห็น

- 3.1. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นอารมณ์ในเชิงลบอยู่ที่ 22 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 420
- 3.2. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นไม่มีอารมณ์ในเชิงลบอยู่ที่ 5 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 97

#### 4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ

- 4.1. ค่ามัธยฐาน (median) ค่ามัธยฐานการมีส่วนร่วมของข่าวที่มีอารมณ์ในเชิงลบสูงกว่าข่าวที่ไม่มีอารมณ์ในเชิงลบ
- 4.2. การกระจายของข้อมูล inter quartile range (IQR) ข่าวที่มีอารมณ์ในเชิงลบการกระจายข้อมูลสูงกว่าข่าวที่ไม่มีอารมณ์ในเชิงลบ
- 4.3. ข้อมูลที่ค่าผิดปกติ (outlier) ข่าวที่ไม่มีอารมณ์ในเชิงลบมีข้อมูลที่ผิดปกติสูงกว่าข่าวที่มีในอารมณ์เชิงลบ

ภาพที่ 32 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงผู้เสียชีวิตจากอุทกภัย



ตารางที่ 32 ชาวผู้เสียชีวิตจากอุทกภัย

	ผู้เสียชีวิต	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR
รับชม	มี	5,875	5,875	5,875	142,533	343,114	343,114	343,114	337,239
	ไม่มี	260	339	1,570	5,638	7,964	41,895	177,043	40,325
ถูกใจ	มี	30	30	30	1,900	3,400	3,400	3,400	3,370
	ไม่มี	2	6	14	33	75	252	1,500	238
ความคิดเห็น	มี	5	5	5	425	667	667	667	662
	ไม่มี	0	0	2	5	14	66	173	64

บ็อกซ์พล็อตทั้ง 3 รายการแสดงถึง การรับชม การถูกใจ และความคิดเห็น ของชาวผู้เสียชีวิตจากอุทกภัยทั้ง 2 ประเภทได้แก่ ชาวที่มีผู้เสียชีวิตจากอุทกภัยและชาวที่ไม่มีผู้เสียชีวิตจากอุทกภัย เพื่อทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมระหว่างเนื้อหาทั้ง 2 ประเภท ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

#### 1. การรับชม

- 1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมชาวผู้เสียชีวิตจากอุทกภัยอยู่ที่ 142,533 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 337,239
- 1.2. ค่ามัธยฐานการรับชมชาวที่ไม่มีผู้เสียชีวิตจากอุทกภัยอยู่ที่ 5,638 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 40,325

#### 2. กดถูกใจ

- 2.1. ค่ามัธยฐานกดถูกใจชาวผู้เสียชีวิตจากอุทกภัยอยู่ที่ 1,900 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 3,370
- 2.2. ค่ามัธยฐานกดถูกใจชาวที่ไม่มีผู้เสียชีวิตจากอุทกภัยอยู่ที่ 33 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 238

#### 3. ความคิดเห็น

- 3.1. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นชาวผู้เสียชีวิตจากอุทกภัยอยู่ที่ 425 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 662
- 3.2. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นชาวที่ไม่มีผู้เสียชีวิตจากอุทกภัยอยู่ที่ 5 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 64

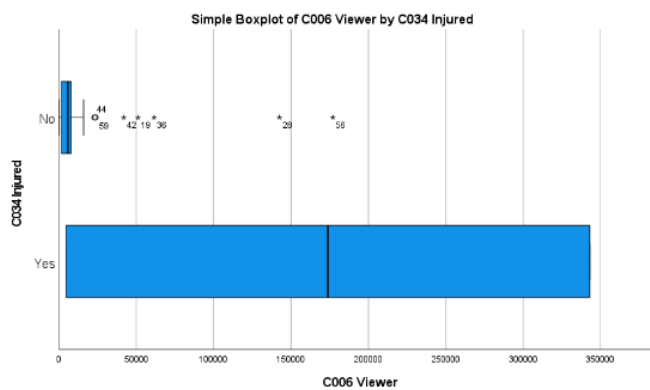
#### 4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ

- 4.1. ค่ามัธยฐาน (median) ค่ามัธยฐานการมีส่วนร่วมของชาวที่มีผู้เสียชีวิตจากอุทกภัย สูงกว่าชาวที่ไม่มีผู้เสียชีวิตจากอุทกภัย

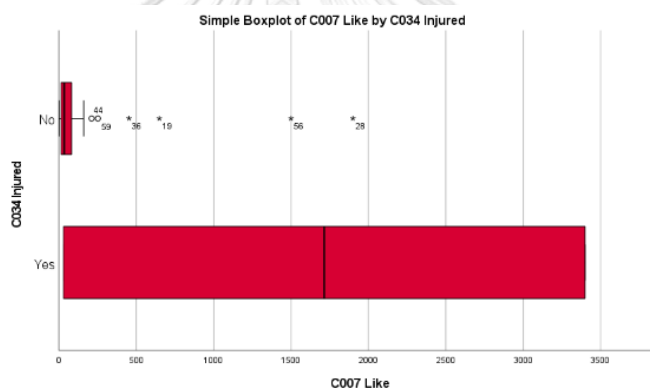
- 4.2. การกระจายของข้อมูล inter quartile range (IQR) ชาวที่มีผู้เสียชีวิตจากอุทกภัย  
การกระจายข้อมูลสูงกว่าชาวที่ไม่มีผู้เสียชีวิตจากอุทกภัย
- 4.3. ข้อมูลที่ผิดปกติ (outlier) ชาวผู้เสียชีวิตจากอุทกภัยมีข้อมูลที่ผิดปกติสูงกว่าชาวที่  
ไม่มีผู้เสียชีวิตจากอุทกภัย



ภาพที่ 33 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีเนื้อหาแสดงถึงผู้บาดเจ็บจากอุทกภัย

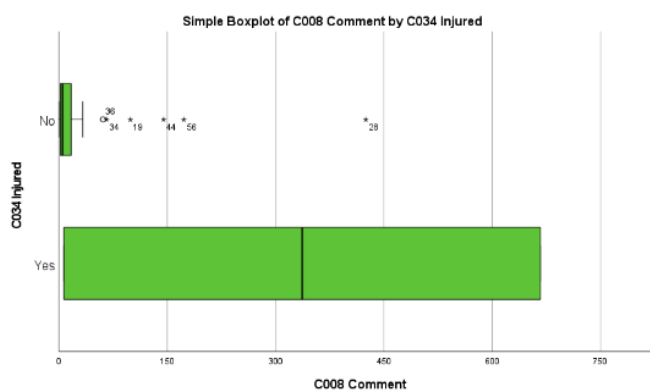


(ก) การรับชม



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

(ข) กดถูกใจ



(ค) ความคิดเห็น

ตารางที่ 33 ผู้บาดเจ็บจากอุทกภัย

	ผู้บาดเจ็บ	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR
รับชม	มี	4,543	4,543	4,543	173,829	343,114	343,114	343,114	338,571
	ไม่มี	260	339	1,570	5,838	7,985	51,109	177,043	49,539
ถูกใจ	มี	30	30	30	1,715	3,400	3,400	3,400	3,370
	ไม่มี	2	6	14	34	82	453	1,900	439
ความคิดเห็น	มี	7	7	7	337	667	667	667	660
	ไม่มี	0	0	2	5	17	99	425	97

บ็อกซ์พล็อตทั้ง 3 รายการแสดงถึง การรับชม การถูกใจ และความคิดเห็น ของชาวผู้บาดเจ็บจากอุทกภัยทั้ง 2 ประเภทได้แก่ ชาวที่มีผู้บาดเจ็บจากอุทกภัยและชาวที่ไม่มีผู้บาดเจ็บจากอุทกภัย เพื่อทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมระหว่างเนื้อหาทั้ง 2 ประเภท ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

#### 1. การรับชม

- 1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมชาวที่มีผู้บาดเจ็บจากอุทกภัยอยู่ที่ 173,829 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 338,571
- 1.2. ค่ามัธยฐานการรับชมชาวที่ไม่มีผู้บาดเจ็บจากอุทกภัยอยู่ที่ 5,838 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 49,539

#### 2. กดถูกใจ

- 2.1. ค่ามัธยฐานกดถูกใจชาวที่มีผู้บาดเจ็บจากอุทกภัยอยู่ที่ 1,715 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 3,370
- 2.2. ค่ามัธยฐานกดถูกใจชาวที่ไม่มีผู้บาดเจ็บจากอุทกภัยอยู่ที่ 34 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 439

#### 3. ความคิดเห็น

- 3.1. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นชาวที่มีผู้บาดเจ็บจากอุทกภัยอยู่ที่ 337 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 660
- 3.2. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นชาวที่ไม่มีผู้บาดเจ็บจากอุทกภัยอยู่ที่ 5 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 97

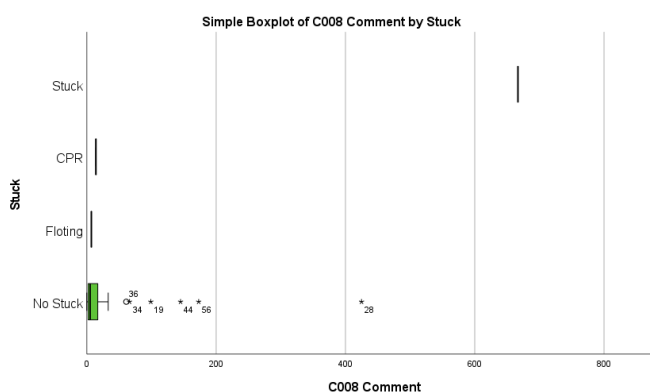
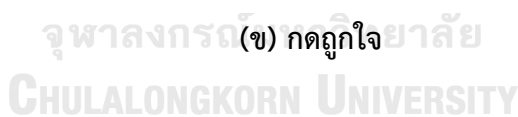
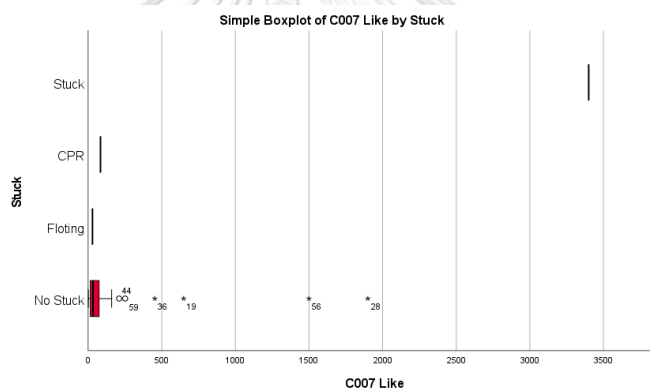
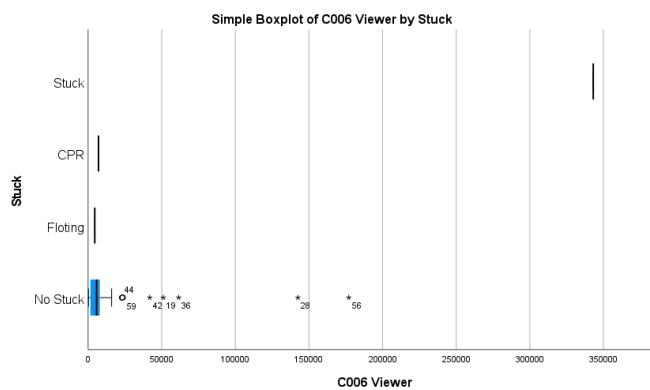
#### 4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ

- 4.1. ค่ามัธยฐาน (median) ค่ามัธยฐานการมีส่วนร่วมของชาวที่มีผู้บาดเจ็บจากอุทกภัย สูงกว่าชาวที่ไม่มีผู้บาดเจ็บจากอุทกภัย

- 4.2. การกระจายของข้อมูล inter quartile range (IQR) ค่าวที่มีผู้บาดเจ็บจากอุทกภัย  
การกระจายข้อมูลจะสูงกว่าค่าวที่ไม่มีผู้บาดเจ็บจากอุทกภัย
- 4.3. ข้อมูลที่ผิดปกติ (outlier) ค่าวที่มีผู้บาดเจ็บจากอุทกภัย มีข้อมูลที่ผิดปกติสูงกว่า  
ค่าวที่ไม่มีผู้บาดเจ็บจากอุทกภัย



ภาพที่ 34 บ็อกซ์พล็อตแสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อคลิปการรายงานข่าวอุทกภัยฯ ที่มีรูปแบบการแตกต่างกันของภาพการช่วยเหลือนาที่วิกฤต



(ค) ความคิดเห็น



ตารางที่ 34 ภาพการช่วยเหลือนาที่วิกฤต

	ภาพ	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR
ช่วยเหลือ อนาที่ วิกฤต	รับชม	ติด	343,11	343,11	343,11	343,11	343,11	343,11	-
		ท่ามกลาง น้ำท่วม	4	4	4	4	4	4	
		การทำ CPR	7,107	7,107	7,107	7,107	7,107	7,107	-
		ลอยคอ	4,543	4,543	4,543	4,543	4,543	4,543	-
		ไม่มี	260	339	1,570	5,800	7,985	51,109	177,04 3 9
ถูกใจ	ติด	3,400	3,400	3,400	3,400	3,400	3,400	3,400	-
		ท่ามกลาง น้ำท่วม							
		การทำ CPR	84	84	84	84	84	84	-
		ลอยคอ	30	30	30	30	30	30	-
		ไม่มี	2	6	14	33	75	453	1,900 439
ความ คิดเห็น	ติด	667	667	667	667	667	667	667	-
		ท่ามกลาง น้ำท่วม							
		การทำ CPR	14	14	14	14	14	14	-
		ลอยคอ	7	7	7	7	7	7	-
		ไม่มี	0	0	2	5	17	99	425 97

บ็อกซ์พล็อตทั้ง 3 รายการแสดงถึง การรับชม การถูกใจ และความคิดเห็น ของข่าวภาพการช่วยเหลืออนาที่วิกฤตทั้ง 4 ประเภทได้แก่ ติดท่ามกลางน้ำท่วม การทำ CPR ลอยคอ และไม่มีภาพการช่วยเหลืออนาที่วิกฤต เพื่อทำความเข้าใจการมีส่วนร่วมระหว่างเนื้อหาทั้ง 4 ประเภท ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร

#### 1. การรับชม

1.1. ค่ามัธยฐานการรับชมติดท่ามกลางน้ำท่วมอยู่ที่ 343,114 โดยไม่มีค่า IQR

- 1.2. ค่ามัธยฐานการรับชมการทำ CPR อยู่ที่ 7,107 โดยไม่มีค่า IQR
- 1.3. ค่ามัธยฐานการรับชมลอยคออยู่ที่ 4,543 โดยไม่มีค่า IQR
- 1.4. ค่ามัธยฐานการรับชมไม่มีภาพการช่วยเหลือนาทีวิกฤตอยู่ที่ 5,800 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 49,539
2. กตัญญูใจ
  - 2.1. ค่ามัธยฐานกตัญญูใจติดท่ามกลางน้ำท่วมอยู่ที่ 3,400 โดยไม่มีค่า IQR
  - 2.2. ค่ามัธยฐานกตัญญูใจการทำ CPR อยู่ที่ 84 โดยไม่มีค่า IQR
  - 2.3. ค่ามัธยฐานกตัญญูใจลอยคออยู่ที่ 30 โดยไม่มีค่า IQR
  - 2.4. ค่ามัธยฐานกตัญญูใจไม่มีภาพการช่วยเหลือนาทีวิกฤตอยู่ที่ 33 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 439
3. ความคิดเห็น
  - 3.1. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นติดท่ามกลางน้ำท่วมอยู่ที่ 667 โดยไม่มีค่า IQR
  - 3.2. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นการทำ CPR อยู่ที่ 14 โดยไม่มีค่า IQR
  - 3.3. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นลอยคออยู่ที่ 7 โดยไม่มีค่า IQR
  - 3.4. ค่ามัธยฐานความคิดเห็นไม่มีภาพการช่วยเหลือนาทีวิกฤตอยู่ที่ 5 โดยมีค่า IQR อยู่ที่ 97
4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบ
  - 4.1. ค่ามัธยฐาน (median) ค่ามัธยฐานการมีส่วนร่วมของติดท่ามกลางน้ำท่วมสูงที่สุด รองลงมา การทำ CPR ไม่มีการช่วยเหลือนาทีวิกฤต และลอยคอ
  - 4.2. การกระจายของข้อมูล inter quartile range (IQR) ติดท่ามกลางน้ำท่วม การทำ CPR และลอยคอ ไม่มีค่า IQR (เนื่องจากมีจำนวน 1 ชาว)
  - 4.3. ข้อมูลที่ผิดปกติ (outlier) ติดท่ามกลางน้ำท่วม การทำ CPR และลอยคอไม่มีข้อมูลที่ผิดปกติ (เนื่องจากมีจำนวน 1 ชาว)

ตารางที่ 35 ระดับการมีส่วนร่วมที่พิจารณาจากการรับชม

องค์ประกอบ ของข่าว	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR	P Rank	ระดับการ มีส่วน ร่วม
ผู้ประกาศ ข่าวแสดง ความเสียใจ	343,114	343,114	343,114	343,114	343,114	343,114	343,114	-	0.97	สูง
ประชาชนติด อยู่ท่ามกลาง น้ำท่วม	343,114	343,114	343,114	343,114	343,114	343,114	343,114	-	0.97	สูง
มีภาพดิน ถล่ม	15,972	15,972	15,972	177,043	343,114	343,114	343,114	327,142	0.955	สูง
ภาพ ผู้บาดเจ็บ	4,543	4,543	4,543	173,829	343,114	343,114	343,114	338,571	0.941	สูง
ภาพ ผู้เสียชีวิต	5,875	5,875	5,875	142,533	343,114	343,114	343,114	337,239	0.926	สูง
ภาพน้ำไหล ป่า	4,039	4,039	7,107	51,109	177,043	343,114	343,114	336,007	0.911	สูง
ประชาชน วิจารณ์ รัฐบาล	23,020	23,020	23,020	23,020	23,020	23,020	23,020	-	0.897	สูง
ไม่ระบุพื้นที่ ปราบภัย แบบเฉพาะ	700	700	700	11,860	23,020	23,020	23,020	22,320	0.882	สูง
เจาะตง ยานพาหนะ เสียหาย	3,944	3,944	4,039	10,805	177,043	343,114	343,114	339,075	0.867	สูง
มีอารมณ์เชิง ลบ	887	887	887	9,656	142,533	142,533	142,533	141,646	0.852	สูง
ผู้ประกาศ ข่าวขอให้ รายงาน สถานการณ์ เข้ามา	700	700	4,606	9,385	16,923	23,587	23,587	18,981	0.838	สูง
ผู้ประกาศ ข่าวให้ คำแนะนำ การเอาตัว รอดจาก อุทกภัย	5,638	5,638	6,939	9,249	176,686	343,114	343,114	336,175	0.823	สูง
ประชาชนตื่น ตระหนก	1,507	1,507	3,853	8,376	37,348	343,114	343,114	339,261	0.808	สูง
มีคลิปจาก ประชาชน	7,175	7,175	7,346	7,985	51,109	343,114	343,114	335,768	0.794	สูง
มีการปิด สถานที่ต่างๆ	1,075	1,075	4,169	7,257	142,533	343,114	343,114	338,945	0.75	สูง
การพาดหัว ข่าวแบบหิว	887	887	4,713	7,257	51,109	343,114	343,114	338,401	0.75	สูง

องค์ประกอบ ของข่าว	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR	P Rank	ระดับการ มีส่วนร่วม รวม
หาว										
ไร้อ้วน	566	566	933	7,257	12,956	142,533	142,533	141,600	0.75	สูง
เสียหาย										
มีปัญหาการ คมนาคม	272	318	3,944	7,107	12,956	177,043	343,114	343,114	0.72	ปานกลาง
การทำ CPR	7,107	7,107	7,107	7,107	7,107	7,107	7,107	-	0.72	ปานกลาง
มีการเตือน ภัย	966	1,075	4,367	6,825	15,268	177,043	343,114	172,676	0.705	ปานกลาง
ภาพน้ำไหล ไม่แรง	710	1,270	4,068	6,525	9,957	32,741	41,895	28,673	0.691	ปานกลาง
ผู้ประกาศ ข่าวใช้คำ ขยาย	887	998	4,356	6,488	15,499	177,043	343,114	343,114	0.676	ปานกลาง
ชุมชนถูก ละเลย	3,944	3,944	4,984	6,475	6,708	142,533	142,533	137,549	0.661	ปานกลาง
ไม่มีการ สัมภาษณ์ ประชาชน	272	379	1,729	6,387	8,511	41,895	61,526	40,166	0.647	ปานกลาง
มีการสรุป เหตุการณ์ อุทกภัย สัมภาษณ์ ฝ่ายค้าน	318	910	4,543	6,269	7,519	142,533	343,114	343,114	0.617	ปานกลาง
มีระดับน้ำ	260	339	3,992	6,223	9,084	142,533	343,114	138,541	0.602	ปานกลาง
ประชาชนใช้ คำขยาย	1,507	1,507	3,597	6,173	33,541	343,114	343,114	339,517	0.588	ปานกลาง
รายการข่าว	379	710	3,944	6,059	8,511	142,533	343,114	138,589	0.558	ปานกลาง
ไม่มีการ อพยพ	260	318	1,075	6,059	7,985	51,109	177,043	50,034	0.558	ปานกลาง
ไม่มีผู้ ประกาศข่าว ให้กำลังใจ	260	318	966	5,967	8,240	23,587	177,043	22,621	0.544	ปานกลาง
มีอารมณ์เชิง บวก	2,481	2,481	2,481	5,875	142,533	142,533	142,533	140,052	0.529	ปานกลาง
ไม่มี	260	329	1,539	5,838	8,376	102,030	343,114	100,491	0.455	ต่ำ
ภาพลักษณ์ เชิงบวกดารา										
ไม่มี	260	318	1,323	5,838	7,975	61,526	177,043	60,203	0.455	ต่ำ
ประชาชนใช้ คำขยาย										
มีการบอก พื้นที่ได้รับ ผลกระทบ	260	339	1,729	5,838	7,985	61,526	343,114	59,797	0.455	ต่ำ
เฉพาะแห่ง										
ไม่มีภาพ	260	339	1,570	5,838	7,985	51,109	177,043	49,539	0.455	ต่ำ

องค์ประกอบ ของข่าว	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR	P Rank	ระดับการ มีส่วน ร่วม
ประชาชน บาดเจ็บ ไม่มีภาพ ความ เสียหาย	260	318	1,650	5,838	7,782	41,895	61,526	40,245	0.455	ต่ำ
ชุมนุมถูก ไล่เลย ไม่มี	260	339	1,570	5,800	7,985	61,526	343114	59,956	0.352	ต่ำ
ประชาชน วิจารณ์ รัฐบาล ไม่มีผู้	260	339	1,570	5,800	7,985	51,109	177,043	49,539	0.352	ต่ำ
ประกาศข่าว แสดงความ เสียใจ ไม่มีอารมณ์	260	339	1,570	5,800	7,985	51,109	343114	343,114	0.352	ต่ำ
เชิงบวก ไม่มีการ สัมภาษณ์	260	339	1,570	5,800	7,985	51,109	177,043	49,539	0.352	ต่ำ
ไม่มีภาพ ประชาชน เศร้า	260	339	1,729	5,800	7,964	51,109	343114	343,114	0.352	ต่ำ
ไม่มีการปิด สถานที่ ผู้ประกาศ ข่าวไม่ได้	260	318	1,507	5,800	7,964	41,895	61,526	40,388	0.352	ต่ำ
ขอให้รายงาน สถานการณ์ เข้ามา ไม่มีการให้ คำแนะนำใน การเอาตัว รอดจาก อุทกภัย	260	329	1,650	5,719	7,782	102,030	343114	343,114	0.338	ต่ำ
ไม่มีภาพดิน ถล่ม ไม่มีภาพ ผู้เสียชีวิต	260	339	1,570	5,638	7,599	41,895	142,533	40,325	0.294	ต่ำ
ผู้ประกาศ ข่าวให้ กำลังใจ ไม่มี	998	998	2,481	5,576	7,964	343114	343,114	340,633	0.264	ต่ำ
ประชาชนตื่น ตระหนก ภาพนั้นนี้	260	318	1,323	5,576	7,559	61,526	177043	60,203	0.264	ต่ำ
ประชาชนตื่น ตระหนก ภาพนั้นนี้	260	272	950	5,541	7,473	61,526	142,533	60,576	0.25	ต่ำมาก

องค์ประกอบ ของข่าว	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR	P Rank	ระดับการ มีส่วน ร่วม
ไม่มีคลิปกจาก ประชาชน	260	318	1,507	5,514	7,964	61,526	177,043	60,019	0.235	ต่ำมาก
ผู้ประกาศ ข่าวไม่ได้ใช้ คำขยาย	260	295	950	5,430	7,320	32,458	51,109	31,508	0.22	ต่ำมาก
ภาพลักษณ์ เชิงบวกดารา	1,729	1,729	2,450	5,259	7,666	7,985	7,985	5,535	0.205	ต่ำมาก
มีการอพยพ	339	339	3,944	5,023	10,258	343,114	343,114	339,170	0.161	ต่ำมาก
ไม่มีการสรุป เหตุการณ์	260	339	1,075	5,023	8,240	51,109	177,043	50,034	0.161	ต่ำมาก
อุทกภัย พาดหัวข่าว	260	318	1,075	5,023	7,519	23,587	61,526	22,512	0.161	ต่ำมาก
แบบให้ข้อมูล สัมภาษณ์ ประชาชน	339	339	1,830	5,004	8,240	343,114	343,114	341,284	0.147	ต่ำมาก
ไม่มีการ ประกาศ เตือนภัย	260	295	922	4,849	7,407	56,318	142,533	55,396	0.132	ต่ำมาก
ภาพบ้านพัง	887	887	887	4,713	7,107	7,107	7,107	6,220	0.117	ต่ำมาก
ภาพ ประชาชน ลอยคอ	4,543	4,543	4,543	4,543	4,543	4,543	4,543	-	0.102	ต่ำมาก
ไม่มีปัญหา การคมนาคม	260	379	1,507	4,191	6,708	23,020	51,109	21,513	0.088	ต่ำมาก
ไม่มีระดับน้ำ	272	326	927	2,801	7,141	32,458	41,895	31,531	0.073	ต่ำมาก
ไม่มีภาพน้ำ	379	379	887	2,481	6,269	23,020	23,020	22,133	0.058	ต่ำมาก
คลิปเสียง และภาพ	260	260	318	966	6,708	51,109	51,109	50,791	0.044	ต่ำมาก
สัมภาษณ์ สัมภาษณ์ รัฐบาล	710	710	710	710	710	710	710	-	0.029	ต่ำมาก
สัมภาษณ์ หน่วยงาน ราชการ	260	260	260	260	260	260	260	-	0.014	ต่ำมาก

ตารางที่ 35 แสดงให้เห็นว่า องค์ประกอบของข่าวที่สร้างการรับชมแบ่งเป็น 4 ระดับ ได้ดังนี้

องค์ประกอบที่สร้างการรับชมในระดับสูง (P 100 - P75) มีจำนวน 17 องค์ประกอบ ได้แก่ ผู้ประกาศข่าวแสดงความเสียใจ ประชาชนติดอยู่ท่ามกลางน้ำท่วม ภาพดินถล่ม ภาพผู้บาดเจ็บ ภาพผู้เสียชีวิต ภาพน้ำไหลบ่า ประชาชนวิจารณ์รัฐบาล ไม่ระบุพื้นที่ปราบภัยแบบเฉพาะเจาะจง ยานพาหนะเสียหาย มีอารมณ์ในเชิงลบ ผู้ประกาศข่าวขอให้รายงานสถานการณ์เข้ามา ผู้ประกาศข่าว

ให้คำแนะนำการเอาตัวรอดจากอุทกภัย ภาพประชาชนตื่นตระหนก มีคลิปจากประชาชน มีการปิดสถานที่ต่างๆ การพาตัวชาวแบบหวือหวา และไร้สวนเสียหาย

องค์ประกอบที่สร้างการรับชมในระดับปานกลาง (P74 - P50) มี 15 องค์ประกอบ ได้แก่ มีปัญหาการคมนาคม การทำ CPR มีการเตือนภัย ภาพน้ำไหลไม่แรง ผู้ประกาศข่าวใช้คำขยาย ชุมชนถูกละเลย ไม่มีการสัมภาษณ์ประชาชน มีการสรุปเหตุการณ์อุทกภัย สัมภาษณ์ฝ่ายค้าน มีระดับน้ำ ประชาชนใช้คำขยาย รายการข่าว ไม่มีการอพยพ ไม่มีผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจ มีอารมณ์ในเชิงบวก

องค์ประกอบที่สร้างการรับชมในระดับต่ำ (P 49 - P 25) มี 18 องค์ประกอบ ได้แก่ ไม่มีภาพลักษณะเชิงบวกตารา ไม่มีประชาชนใช้คำขยาย มีการระบุพื้นที่ได้รับผลกระทบเฉพาะแห่ง ไม่มีภาพประชาชนบาดเจ็บ ไม่มีภาพความเสียหาย ไม่มีชุมชนถูกละเลย ไม่มีประชาชนวิจารณ์รัฐบาล ไม่มีผู้ประกาศข่าวแสดงความเสียใจ ไม่มีอารมณ์ในเชิงบวก ไม่มีการสัมภาษณ์ ไม่มีการอารมณ์ในเชิงลบ ไม่มีการปิดสถานที่ ผู้ประกาศข่าวไม่ได้ขอให้รายงานสถานการณ์เข้ามา ไม่มีการให้คำแนะนำในการเอาตัวรอดจากอุทกภัย ไม่มีภาพดินถล่ม ไม่มีภาพผู้เสียชีวิต ผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจ ไม่มีประชาชนตื่นตระหนก

องค์ประกอบที่สร้างการรับชมในระดับต่ำมาก (P 24 - P 01) มี 17 องค์ประกอบ ได้แก่ ภาพน้ำนิ่ง ไม่มีคลิปจากประชาชน ผู้ประกาศข่าวไม่ได้ใช้คำขยาย ภาพลักษณะเชิงบวกตารา มีการอพยพ ไม่มีการสรุปเหตุการณ์อุทกภัย พาตัวชาวแบบให้ข้อมูล สัมภาษณ์ประชาชน ไม่มีการประกาศเตือนภัย ภาพบ้านพัง ภาพประชาชนลอยคอ ไม่มีปัญหาการคมนาคม ไม่มีระดับน้ำ ไม่มีภาพน้ำ คลิปเสียงและภาพสัมภาษณ์ สัมภาษณ์รัฐบาลและสัมภาษณ์หน่วยงานราชการ

สรุปได้ว่าองค์ประกอบของข่าวที่มีผลต่อการรับชมของผู้ชมแตกต่างกันไปตามลักษณะเนื้อหาและความสำคัญของข่าวนั้นๆ องค์ประกอบข่าวที่สร้างการรับชมในระดับสูงมักเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่มีผลกระทบอย่างรุนแรงหรือเรื่องราวที่กระตุ้นอารมณ์และความสนใจอย่างมาก เช่น ข่าวเกี่ยวกับภัยพิบัติ การแสดงความเสียใจของผู้ประกาศข่าว หรือภาพที่สะท้อนถึงความเดือดร้อนของประชาชน

ในขณะที่องค์ประกอบข่าวที่สร้างการรับชมในระดับปานกลางมักเป็นเรื่องราวที่มีความสำคัญ แต่อาจไม่กระตุ้นอารมณ์หรือความสนใจอย่างรุนแรงเท่ากับข่าวในระดับสูง อย่างไรก็ตาม ข่าวเหล่านี้ยังคงมีความสำคัญในการให้ข้อมูลและเป็นประโยชน์ต่อผู้ชม เช่น ข่าวเกี่ยวกับการจราจรหรือการให้คำแนะนำในสถานการณ์ฉุกเฉิน

สำหรับองค์ประกอบข่าวที่สร้างการรับชมในระดับต่ำและต่ำมาก มักเป็นข่าวที่มีความสำคัญน้อยกว่าในมุมมองของผู้ชมทั่วไป หรือเป็นข่าวที่ไม่สามารถกระตุ้นความสนใจได้มากนัก เช่น ข่าวที่เกี่ยวข้องกับการสัมภาษณ์ทางการเมืองหรือข่าวที่ไม่มีภาพประกอบที่น่าสนใจ ข่าวเหล่านี้อาจมีความสำคัญในมิติอื่น แต่ในแง่ของการดึงดูดความสนใจและการมีส่วนร่วมของผู้ชมแล้ว มีผลกระทบน้อยกว่าข่าวในระดับสูงและปานกลาง

นอกจากนี้จากตาราง ยังสามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบของข่าวตามความแปรปรวนของยอดการรับชมสามารถทำได้โดยพิจารณาจากค่า IQR (ช่วงระหว่างควอไทล์) และความสม่ำเสมอของข้อมูลในแต่ละองค์ประกอบ

องค์ประกอบของข่าวที่มีความแปรปรวนสูง หมายถึง องค์ประกอบเหล่านี้แสดงถึงความแปรปรวนที่สูงในยอดการรับชม กล่าวคือมีความต่างกันอย่างมากระหว่างค่าต่ำสุดและค่าสูงสุด และมีช่วง IQR ที่กว้าง ได้แก่ ภาพน้ำไหลบ่า ภาพผู้บาดเจ็บ ภาพผู้เสียชีวิต ยานพาหนะเสียหาย ภาพประชาชนตื่นตระหนก มีคลิปจากประชาชน

องค์ประกอบของข่าวที่มีความแปรปรวนปานกลาง หมายถึง องค์ประกอบเหล่านี้มีความแปรปรวนในระดับปานกลาง ซึ่งแสดงถึงความต่างที่มีนัยสำคัญระหว่างค่าต่ำสุดและค่าสูงสุด แต่ไม่มากเท่ากับกลุ่มที่มีความแปรปรวนสูง องค์ประกอบในกลุ่มนี้ได้แก่ ปัญหาการคมนาคม การทำ CPR มีการเตือนภัย ภาพน้ำไหลไม่แรง ผู้ประกาศข่าวใช้คำขยาย ชุมชนถูกละเลย

องค์ประกอบของข่าวที่มีความแปรปรวนต่ำ หมายถึง องค์ประกอบเหล่านี้แสดงถึงความแปรปรวนที่ต่ำในยอดการรับชม ซึ่งหมายความว่ามีความต่างที่ไม่มากนักระหว่างค่าต่ำสุดและค่าสูงสุด และมีช่วง IQR ที่แคบ องค์ประกอบในกลุ่มนี้ได้แก่ ไม่ระบุพื้นที่ประสบภัยแบบเฉพาะเจาะจง ไม่มีการสัมภาษณ์ประชาชน ไม่มีการสรุปเหตุการณ์อุทกภัย สัมภาษณ์ฝ่ายค้าน มีระดับน้ำ ประชาชนใช้คำขยาย

การจัดกลุ่มองค์ประกอบข่าวตามความแปรปรวนของยอดการรับชมช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยที่อาจมีผลต่อความน่าสนใจและการมีส่วนร่วมของผู้ชมในการรับชมข่าวอุทกภัย องค์ประกอบที่มีความแปรปรวนสูงอาจดึงดูดความสนใจและกระตุ้นการมีส่วนร่วมได้มากกว่าองค์ประกอบที่มีความแปรปรวนต่ำ



ตารางที่ 36 ระดับการมีส่วนร่วมที่พิจารณาจากการกดถูกใจ

หัวข้อข่าว	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR	P Rank	ระดับการมีส่วนร่วม
ผู้ประกาศข่าวแสดง ความเสียใจ	3,400	3,400	3,400	3,400	3,400	3,400	3,400	-	0.97	สูง
ประชาชนติดอยู่ ท่ามกลางน้ำท่วม	3,400	3,400	3,400	3,400	3,400	3,400	3,400	-	0.97	สูง
ภาพประชาชนเสียชีวิต	30	30	30	1,900	3,400	3,400	3,400	3,370	0.955	สูง
ภาพประชาชนบาดเจ็บ	30	30	30	1,715	3,400	3,400	3,400	3,370	0.941	สูง
ดินถล่ม	116	116	116	1,500	3,400	3,400	3,400	3,284	0.926	สูง
ภาพน้ำไหลบ่า	40	40	84	649	1,500	3,400	3,400	3,316	0.911	สูง
ประชาชนวิจารณ์รัฐบาล	211	211	211	211	211	211	211	-	0.897	สูง
มีคดียกฟ้องประชาชน	45	45	159	160	649	3,400	3,400	3,241	0.882	สูง
ไม่ระบุพื้นที่ประสบ	28	28	28	120	211	211	211	183	0.867	สูง
อุทกภัยเฉพาะแห่ง										
ภาพลักษณะเชิงบวก	32	32	54	117	160	160	160	106	0.852	สูง
ดาราร										
การทำ CPR	84	84	84	84	84	84	84	-	0.838	สูง
ผู้ประกาศข่าวให้ คำแนะนำในการเอาตัว รอดจากอุทกภัย	30	30	56	83	1,742	3,400	3,400	3,344	0.823	สูง
ยานพาหนะเสียหาย	26	26	30	78	1,500	3,400	3,400	3,370	0.808	สูง
การพาดหัวข่าวแบบ หรือหยา	7	7	32	75	649	3,400	3,400	3,368	0.794	สูง
อารมณ์เชิงลบ	7	7	7	72	1,900	1,900	1,900	1,893	0.779	สูง
ประชาชนใช้คำขยาย	9	9	24	66	383	3,400	3,400	3,376	0.764	สูง
ไร้อารมณ์เสีย	4	4	4	65	88	1,900	1,900	1,896	0.75	สูง
ผู้ประกาศข่าวให้ รายงานสถานการณ์เข้า มา	28	28	36	64	168	252	252	216	0.735	ปานกลาง
สัมภาษณ์ฝ่ายค้าน	63	63	63	63	63	63	63	-	0.705	ปานกลาง
ประชาชนตื่นตระหนก	9	9	20	63	451	3,400	3,400	3,380	0.705	ปานกลาง
อารมณ์ในเชิงบวก	30	30	30	56	1,900	1,900	1,900	1,870	0.691	ปานกลาง
ผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจ	7	7	30	48	159	3,400	3,400	3,370	0.676	ปานกลาง
มีการปิดสถานที่ต่างๆ	7	7	30	46	1,500	3,400	3,400	3,370	0.661	ปานกลาง
มีปัญหาการคมนาคม	4	6	29	45	116	1,900	3,400	1,871	0.617	ปานกลาง
ผู้ประกาศข่าวใช้คำ ขยาย	7	12	30	45	117	1,900	3,400	1,870	0.617	ปานกลาง
มีการสรุปเหตุการณ์	4	7	25	45	116	1,900	3,400	1,875	0.617	ปานกลาง

หัวข้อข่าว	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR	P Rank	ระดับการมีส่วนร่วม
อุทกภัย										
มีการประกาศเตือนภัย	7	9	27	42	117	1,500	3,400	1,473	0.602	ปานกลาง
มีการอพยพ	7	7	29	39	87	3,400	3,400	3,371	0.544	ปานกลาง
มีการบอกระดับน้ำ	2	7	27	39	85	1,500	3,400	1,473	0.544	ปานกลาง
ภาพน้ำไหลไม่แรง	6	8	28	39	85	206	252	178	0.544	ปานกลาง
มีชุมชนที่ถูกกละเลย	26	26	32	39	75	1,900	1,900	1,868	0.544	ปานกลาง
ไม่มีการสัมภาษณ์	4	7	18	37	84	252	649	234	0.529	ปานกลาง
รายการข่าว	4	6	18	35	83	1,500	3,400	1,482	0.514	ปานกลาง
ระบุพื้นที่ได้รับผลกระทบเฉพาะแห่ง	2	6	14	34	82	649	3,400	635	0.485	ต่ำ
ไม่มีภาพผู้บาดเจ็บ	2	6	14	34	82	453	1,900	439	0.485	ต่ำ
ไม่มีการประกาศเตือนภัย	2	4	11	33	74	551	1,900	540	0.22	ต่ำมาก
ไม่มีการอพยพ	2	4	11	33	75	649	1,900	638	0.22	ต่ำมาก
ไม่มีภาพน้ำ	6	6	7	33	63	211	211	204	0.22	ต่ำมาก
ไม่มีการปิดสถานที่	2	4	12	33	75	252	649	240	0.22	ต่ำมาก
ไม่มีดินถล่ม	2	6	14	33	75	252	1,900	238	0.22	ต่ำมาก
ไม่มีภาพความเสียหาย	2	6	15	33	75	252	649	237	0.22	ต่ำมาก
ไม่มีผู้ประกาศข่าวให้คำแนะนำในการเอาตัวรอดจากอุทกภัย	2	5	13	33	75	551	1,900	538	0.22	ต่ำมาก
ไม่มีผู้ประกาศข่าวขอให้รายงานสถานการณ์เข้ามา	2	4	13	33	79	453	1,900	440	0.22	ต่ำมาก
ไม่มีประชาชนใช้คำขยาย	2	6	14	33	82	453	1,900	439	0.22	ต่ำมาก
ไม่มีผู้ประกาศข่าวแสดงความเสียใจ	2	6	14	33	82	649	3,400	635	0.22	ต่ำมาก
ไม่มีการวิจารณ์รัฐบาล	2	4	12	33	83	649	3,400	637	0.22	ต่ำมาก
ไม่มีชุมชนที่ถูกกละเลย	2	5	13	33	79	1,075	3,400	1,062	0.22	ต่ำมาก
ไม่มีภาพลักษณะเชิงบวก	2	4	15	33	75	453	1,900	438	0.22	ต่ำมาก
ดาราดารา	2	6	14	33	82	453	3,400	439	0.22	ต่ำมาก
ไม่มีภาพประชาชนตื่นตระหนก	2	6	14	33	82	453	3,400	438	0.22	ต่ำมาก
ไม่มีอารมณ์ในเชิงบวก	2	6	15	33	82	453	3,400	438	0.22	ต่ำมาก
ไม่มีอารมณ์ในเชิงลบ	2	6	14	33	75	252	1,500	238	0.22	ต่ำมาก
ไม่มีภาพประชาชนเสียชีวิต	2	6	14	33	75	252	1,500	238	0.22	ต่ำมาก

หัวข้อข่าว	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P 95	Max	IQR	P Rank	ระดับการมีส่วนร่วม
ไม่มีภาพการช่วยเหลือ นาทิวีกฤต	2	6	14	33	75	453	1,900	439	0.22	ต่ำมาก
ไม่มีคลิบจากประชาชน	2	4	12	32	75	453	1,900	441	0.176	ต่ำมาก
สัมภาษณ์ประชาชน	4	4	15	32	82	3,400	3,400	3,385	0.176	ต่ำมาก
ไม่มีการสรุปเหตุการณ์ อุทกภัย	2	6	11	32	82	453	1,500	442	0.176	ต่ำมาก
ไม่มีผู้ประกาศข่าวให้ กำลังใจ	2	4	11	31	75	211	1,500	200	0.161	ต่ำมาก
การพาดหัวข่าวแบบให้ ข้อมูล	2	4	11	30	63	211	453	200	0.117	ต่ำมาก
ไม่มีผู้ประกาศข่าวใช้คำ ขยาย	2	4	10	30	74	186	649	176	0.117	ต่ำมาก
ลอยคอ	30	30	30	30	30	30	30	-	0.117	ต่ำมาก
ภาพน้ำนิ่ง	2	4	10	29	61	453	1,900	443	0.102	ต่ำมาก
คลิบเสียงและภาพ สัมภาษณ์	2	2	9	28	75	649	649	640	0.073	ต่ำมาก
ไม่มีปัญหาการคมนาคม	2	4	10	28	50	211	649	201	0.073	ต่ำมาก
บ้านพังเสียหาย	7	7	7	17	84	84	84	77	0.058	ต่ำมาก
ไม่มีระดับน้ำ	4	5	10	16	69	180	211	170	0.044	ต่ำมาก
การสัมภาษณ์รัฐบาล	6	6	6	6	6	6	6	-	0.029	ต่ำมาก
การสัมภาษณ์หน่วยงาน ราชการ	2	2	2	2	2	2	2	-	0.014	ต่ำมาก

ตารางที่ 36 แสดงให้เห็นว่า องค์ประกอบของข่าวที่สร้างการกดถูกใจแบ่งเป็น 4 ระดับ ได้ดังนี้

องค์ประกอบที่สร้างการกดถูกใจในระดับสูง (P 100 - P75) มีจำนวน 17 องค์ประกอบ ได้แก่ ผู้ประกาศข่าวแสดงความเสียใจ ประชาชนติดอยู่ท่ามกลางน้ำท่วม ภาพประชาชนเสียชีวิต ภาพประชาชนบาดเจ็บ ดินถล่ม ภาพน้ำไหลบ่า ประชาชนวิจารณ์รัฐบาล มีคลิบจากประชาชน ไม่ระบุพื้นที่ประสบอุทกภัยเฉพาะแห่ง ภาพลักษณะเชิงบวกตารา การทำ CPR ผู้ประกาศข่าวให้คำแนะนำในการเอาตัวรอดจากอุทกภัย ยานพาหนะเสียหาย การพาดหัวข่าวแบบหือหวา อารมณ์ในเชิงลบ ประชาชนใช้คำขยายและไร้สวนเสียหาย

องค์ประกอบที่สร้างการกดถูกใจในระดับปานกลาง (P74 - P50) มี 16 องค์ประกอบ ได้แก่ ผู้ประกาศข่าวขอให้รายงานสถานการณ์เข้ามา สัมภาษณ์ฝ่ายค้าน ประชาชนตื่นตระหนก

อารมณ์ในเชิงบวก ผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจ มีการปิดสถานที่ต่าง ๆ มีปัญหาการคมนาคม ผู้ประกาศข่าวใช้คำขยาย มีการสรุปเหตุการณ์อุทกภัย มีการประกาศเตือนภัย มีการอพยพ มีการบอกระดับน้ำ ภาพน้ำไหลไม่แรง มีชุมชนที่ถูกทะเลาะ ไม่มีการสัมภาษณ์และรายการข่าว

องค์ประกอบที่สร้างการกดดูใจในระดับต่ำ (P 49 – P 25) มี 2 องค์ประกอบ ได้แก่ ระบุพื้นที่ได้รับผลกระทบเฉพาะแห่งและไม่มีภาพผู้บาดเจ็บ ไม่มีการประกาศเตือนภัย

องค์ประกอบที่สร้างการกดดูใจในระดับต่ำมาก (P 24 – P 01) มี 32 องค์ประกอบ ได้แก่ ไม่มีการอพยพ ไม่มีภาพน้ำ ไม่มีการปิดสถานที่ ไม่มีดินถล่ม ไม่มีภาพความเสียหาย ไม่มีผู้ประกาศข่าวให้คำแนะนำในการเอาตัวรอดจากอุทกภัย ไม่มีผู้ประกาศข่าวขอให้รายงานสถานการณ์เข้ามา ไม่มีประชาชนใช้คำขยาย ไม่มีผู้ประกาศข่าวแสดงความเสียใจ ไม่มีการวิจารณ์รัฐบาล ไม่มีชุมชนที่ถูกทะเลาะ ไม่มีภาพลักษณะเชิงบวกดารา ไม่มีภาพประชาชนตื่นตระหนก ไม่มีอารมณ์ในเชิงบวก ไม่มีอารมณ์ในเชิงลบ ไม่มีภาพประชาชนเสียชีวิต ไม่มีภาพการช่วยเหลือหน้าที่วิกฤต ไม่มีคลิปลจากประชาชน สัมภาษณ์ประชาชน ไม่มีการสรุปเหตุการณ์อุทกภัย ไม่มีผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจ การพาดหัวข่าวแบบให้ข้อมูล ไม่มีผู้ประกาศข่าวใช้คำขยาย ประชาชนลอยคอ ภาพน้ำนิ่ง คลิปเสียงและภาพสัมภาษณ์ ไม่มีปัญหาการคมนาคม บ้านพังเสียหาย ไม่มีระดับน้ำ สัมภาษณ์รัฐบาล และสัมภาษณ์หน่วยงานราชการ

สรุปได้ว่าองค์ประกอบของข่าวที่สร้างการกดดูใจคลิข่าวอุทกภัยบนยูทูปมีความหลากหลายและแตกต่างกันไปตามระดับของการมีส่วนร่วม องค์ประกอบที่สร้างการมีส่วนร่วมในระดับสูงมักเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่มีผลกระทบอย่างรุนแรงหรือเรื่องราวที่กระตุ้นอารมณ์และความสนใจอย่างมาก เช่น ข่าวเกี่ยวกับภัยพิบัติ การแสดงความเสียใจของผู้ประกาศข่าว หรือภาพที่สะท้อนถึงความเดือดร้อนของประชาชน

ในขณะที่องค์ประกอบข่าวที่สร้างการกดดูใจในระดับปานกลางมักเป็นเรื่องราวที่มีความสำคัญแต่อาจไม่กระตุ้นอารมณ์หรือความสนใจอย่างรุนแรงเท่ากับข่าวในระดับสูง อย่างไรก็ตาม ข่าวเหล่านี้ยังคงมีความสำคัญในการให้ข้อมูลและเป็นประโยชน์ต่อผู้ชม เช่น ข่าวเกี่ยวกับการจราจร หรือการให้คำแนะนำในสถานการณ์ฉุกเฉิน

สำหรับองค์ประกอบข่าวที่สร้างการกดดูใจในระดับต่ำและต่ำมาก มักเป็นข่าวที่มีความสำคัญน้อยกว่าในมุมมองของผู้ชมทั่วไป หรือเป็นข่าวที่ไม่สามารถกระตุ้นความสนใจได้มากนัก เช่น ข่าวที่เกี่ยวข้องกับการสัมภาษณ์ทางการหรือข่าวที่ไม่มีภาพประกอบที่น่าสนใจ ข่าวเหล่านี้อาจมีความสำคัญในมิติอื่น แต่ในแง่ของการดึงดูดความสนใจและการมีส่วนร่วมของผู้ชมแล้ว มีผลกระทบน้อยกว่าข่าวในระดับสูงและปานกลาง

นอกจากนี้จากตาราง ยังสามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบของข่าวตามความแปรปรวนของยอดการกดถูกใจสามารถทำได้โดยพิจารณาจากค่า IQR (ช่วงระหว่างควอไทล์) และความสม่ำเสมอของข้อมูลในแต่ละองค์ประกอบ

องค์ประกอบของข่าวที่มีความแปรปรวนสูง หมายถึง องค์ประกอบเหล่านี้แสดงถึงความแปรปรวนที่สูงในยอดการกดถูกใจ กล่าวคือมีความต่างกันอย่างมากระหว่างค่าต่ำสุดและค่าสูงสุด และมีช่วง IQR ที่กว้าง ได้แก่ ภาพน้ำไหลป่า ภาพประชาชนบาดเจ็บ ภาพประชาชนเสียชีวิต ดินถล่ม มีคลิกจากประชาชนยานพาหนะเสียหาย

องค์ประกอบของข่าวที่มีความแปรปรวนปานกลาง หมายถึง องค์ประกอบเหล่านี้มีความแปรปรวนในระดับปานกลาง ซึ่งแสดงถึงความต่างที่มีนัยสำคัญระหว่างค่าต่ำสุดและค่าสูงสุด แต่ไม่มากเท่ากับกลุ่มที่มีความแปรปรวนสูง องค์ประกอบในกลุ่มนี้ ได้แก่ การทำ การทำ CPR ผู้ประกาศข่าวให้คำแนะนำในการเอาตัวรอดจากอุทกภัย การพาดหัวข่าวแบบหือหวา อารมณ์เชิงลบ ประชาชนใช้คำขยาย ไร้สวนเสียหาย

องค์ประกอบของข่าวที่มีความแปรปรวนต่ำ หมายถึง องค์ประกอบเหล่านี้แสดงถึงความแปรปรวนที่ต่ำในยอดการรับชม ซึ่งหมายความว่ามีความต่างที่ไม่มากนักระหว่างค่าต่ำสุดและค่าสูงสุด และมีช่วง IQR ที่แคบ องค์ประกอบในกลุ่มนี้ ได้แก่ ไม่ระบุพื้นที่ประสบอุทกภัยเฉพาะแห่ง ภาพลักษณ์เชิงบวกดารา สัมภาษณ์ฝ่ายค้าน ประชาชนตื่นตระหนก อารมณ์ในเชิงบวก ผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจ

การจัดกลุ่มองค์ประกอบข่าวตามความแปรปรวนของยอดการกดถูกใจช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยที่อาจมีผลต่อความน่าสนใจและการมีส่วนร่วมของผู้ชมในการกดถูกใจข่าวอุทกภัย องค์ประกอบที่มีความแปรปรวนสูงอาจดึงดูดความสนใจและกระตุ้นการมีส่วนร่วมได้มากกว่าองค์ประกอบที่มีความแปรปรวนต่ำ

ตารางที่ 37 ระดับการมีส่วนร่วมที่พิจารณาจากการแสดงความคิดเห็น

หัวข้อข่าว	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P95	Max	IQR	P Rank	ระดับการมีส่วนร่วม
ผู้ประกกรข่าวแสดง ความเสียใจ	667	667	667	667	667	667	667	-	0.97	สูง
ภาพประชาชนติด ท่ามกลางน้ำท่วม	667	667	667	667	667	667	667	-	0.97	สูง
ภาพประชาชนเสียชีวิต	5	5	5	425	667	667	667	662	0.955	สูง
ภาพประชาชนบาดเจ็บ	7	7	7	337	667	667	667	660	0.941	สูง
ดินถล่ม	17	17	17	173	667	667	667	650	0.926	สูง
ประชาชนวิจารณ์รัฐบาล	145	145	145	145	145	145	145	-	0.911	สูง
ภาพน้ำไหลป่า	2	2	14	99	173	667	667	653	0.897	สูง
ไม่ระบุพื้นที่ประสบภัย	3	3	3	74	145	145	145	142	0.882	สูง
เฉพาะแห่ง										
มีคลิปจากประชาชน	5	5	28	66	99	667	667	639	0.867	สูง
อารมณ์ในเชิงลบ	5	5	5	22	425	425	425	420	0.852	สูง
สัมภาษณ์ฝ่ายค้าน	21	21	21	21	21	21	21	-	0.838	สูง
อารมณ์ในเชิงบวก	5	5	5	20	425	425	425	420	0.823	สูง
ประชาชนใช้คำขยาย	2	2	6	16	60	667	667	661	0.808	สูง
ภาพลักษณ์เชิงบวก	1	1	2	15	47	66	66	64	0.794	สูง
ดารา										
การพาดหัวข่าวแบบ หรือหยา	1	1	5	14	99	667	667	662	0.75	สูง
ชุมชนถูกละเลย	0	0	4	14	17	425	425	421	0.75	สูง
การทำ CPR	14	14	14	14	14	14	14	-	0.75	สูง
ประชาชนตื่นตระหนก	3	3	6	13	66	667	667	661	0.735	ปานกลาง
ผู้ประกาศข่าวให้	2	2	4	12	343	667	667	663	0.72	ปานกลาง
คำแนะนำในการเอาตัว รอดจากอุทกภัย										
ยานพาหนะพัง	0	0	2	10	173	667	667	665	0.705	ปานกลาง
ผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจ	0	0	4	8	61	667	667	663	0.691	ปานกลาง
การปิดสถานที่	0	0	3	7	173	667	667	664	0.661	ปานกลาง
ประชาชนลอยคอ	7	7	7	7	7	7	7	-	0.661	ปานกลาง
มีการประกาศเตือนภัย	0	0	3	6	17	173	667	170	0.602	ปานกลาง
ไร้อสวนเสียหาย	0	0	3	6	22	425	425	422	0.602	ปานกลาง
สัมภาษณ์ประชาชน	0	0	3	6	19	667	667	664	0.602	ปานกลาง
มีการสรุปข่าวอุทกภัย	0	0	3	6	14	425	667	422	0.602	ปานกลาง
รายการข่าว	0	0	2	5	17	173	667	171	0.25	ต่ำมาก
ระบุพื้นที่ประสบ	0	0	2	5	17	99	667	97	0.25	ต่ำมาก

หัวข้อข่าว	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P95	Max	IQR	P Rank	ระดับการมีส่วนร่วม
อุทกภัยเฉพาะแห่ง										
มีการอพยพ	0	0	2	5	17	667	667	665	0.25	ต่ำมาก
ไม่มีการอพยพ	0	0	2	5	14	145	425	143	0.25	ต่ำมาก
มีระดับน้ำ	0	0	2	5	18	173	667	171	0.25	ต่ำมาก
ไม่มีภาพน้ำ	0	0	3	5	20	145	145	142	0.25	ต่ำมาก
น้ำไหลไม่แรง	0	0	3	5	9	31	33	28	0.25	ต่ำมาก
มีปัญหาการคมนาคม	0	0	3	5	17	425	667	422	0.25	ต่ำมาก
ไม่มีดินถล่ม	0	0	2	5	14	66	425	64	0.25	ต่ำมาก
ไม่มีภาพความเสียหาย	0	0	2	5	16	66	145	64	0.25	ต่ำมาก
บ้านพัง	5	5	5	5	14	14	14	9	0.25	ต่ำมาก
ไม่มีผู้ประกาศข่าวให้คำแนะนำในการเอาตัวรอดจากอุทกภัย	0	0	2	5	16	122	425	120	0.25	ต่ำมาก
ไม่มีผู้ประกาศข่าวขอให้รายงานสถานการณ์เข้ามา	0	0	2	5	17	159	667	157	0.25	ต่ำมาก
ไม่มีผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจ	0	0	2	5	13	33	173	31	0.25	ต่ำมาก
ผู้ประกาศข่าวใช้คำขยาย	0	2	4	5	19	425	667	421	0.25	ต่ำมาก
ไม่มีผู้ประกาศข่าวแสดงความเสียใจ	0	0	2	5	17	99	425	97	0.25	ต่ำมาก
ไม่มีประชาชนวิจารณ์รัฐบาล	0	0	2	5	17	99	667	97	0.25	ต่ำมาก
ไม่มีชุมชนถูกละเลย	0	0	2	5	17	145	667	143	0.25	ต่ำมาก
ไม่มีภาพลักษณะเชิงบวกดาราดารา	0	0	2	5	16	159	667	157	0.25	ต่ำมาก
ไม่มีอารมณ์ในเชิงบวก	0	0	2	5	14	99	667	97	0.25	ต่ำมาก
ไม่มีอารมณ์ในเชิงลบ	0	0	2	5	14	99	667	97	0.25	ต่ำมาก
ไม่มีประชาชนเสียชีวิต	0	0	2	5	14	66	173	64	0.25	ต่ำมาก
ไม่มีประชาชนบาดเจ็บ	0	0	2	5	17	99	425	97	0.25	ต่ำมาก
ไม่มีภาพการช่วยเหลือ	0	0	2	5	17	99	425	97	0.25	ต่ำมาก
นาทิวทัศน์										
การพาดหัวข่าวแบบให้ข้อมูล	0	0	2	4	9	61	145	59	0.044	ต่ำมาก
ไม่มีการประกาศเตือนภัย	0	0	2	4	14	122	425	120	0.044	ต่ำมาก
ไม่มีระดับน้ำ	0	0	2	4	8	83	145	81	0.044	ต่ำมาก

หัวข้อข่าว	Min	P 05	P 25	Med	P 75	P95	Max	IQR	P Rank	ระดับการมีส่วนร่วม
ภาพน้ำนิ่ง	0	0	1	4	14	66	425	65	0.044	ต่ำมาก
ไม่มีปัญหาการคมนาคม	0	0	1	4	9	99	145	98	0.044	ต่ำมาก
ไม่มีการปิดสถานที่ต่างๆ	0	0	2	4	14	66	145	64	0.044	ต่ำมาก
ผู้ประกาศข่าวขอให้ รายงานสถานการณ์เข้ามา	3	3	3	4	19	33	33	30	0.044	ต่ำมาก
ผู้ประกาศข่าวไม่มีการ ใช้คำขยาย	0	0	1	4	14	83	145	82	0.044	ต่ำมาก
ประชาชนไม่มีการใช้คำ ขยาย	0	0	2	4	14	145	425	143	0.044	ต่ำมาก
ไม่มีคลิปลจากประชาชน	0	0	2	4	14	145	425	143	0.044	ต่ำมาก
ไม่มีการสัมภาษณ์	0	0	2	4	14	66	145	64	0.044	ต่ำมาก
สัมภาษณ์รัฐบาล	4	4	4	4	4	4	4	-	0.044	ต่ำมาก
ไม่มีการสรุปเหตุการณ์ อุทกภัย	0	0	2	4	17	99	173	97	0.044	ต่ำมาก
ไม่มีประชาชนตื่น ตระหนก	0	0	2	4	14	145	425	143	0.044	ต่ำมาก
คลิปลเสียงและภาพ สัมภาษณ์	0	0	1	3	14	99	99	98	0.029	ต่ำมาก
สัมภาษณ์หน่วยงาน ราชการ	0	0	0	0	0	0	0	-	0.014	ต่ำมาก

ตารางที่ 37 แสดงให้เห็นว่า องค์ประกอบของข่าวที่สร้างการให้เกิดการแสดงความคิดเห็นแบ่งเป็น 4 ระดับ ได้ดังนี้

องค์ประกอบที่สร้างการให้เกิดการแสดงความคิดเห็นในระดับสูง (P 100 - P75) มีจำนวน 17 องค์ประกอบ

ได้แก่ ผู้ประกาศข่าวแสดงความเสียใจ ภาพประชาชนติดท่ามกลางน้ำท่วม ภาพประชาชนเสียชีวิต ภาพประชาชนบาดเจ็บ ดินถล่ม ประชาชนวิจารณ์รัฐบาล ภาพน้ำไหลบ่า ไม่ระบุพื้นที่ประสบภัย เฉพาะแห่ง ระบุพื้นที่ประสบภัยเฉพาะแห่ง อารมณ์เชิงลบ สัมภาษณ์ฝ่ายค้าน อารมณ์เชิงบวก ประชาชนใช้คำขยาย ภาพลักษณะเชิงบวกดารา การพาดหัวข่าวแบบหือหวา ชุมชนถูกละเลย และการทำ CPR

องค์ประกอบที่สร้างการให้เกิดการแสดงความคิดเห็นในระดับปานกลาง (P74 - P50) มี 10 องค์ประกอบ ได้แก่ ประชาชนตื่นตระหนก ผู้ประกาศข่าวให้คำแนะนำในการเอาตัวรอดจากอุทกภัย



ยานพาหนะพัง ผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจ การปิดสถานที่ต่าง ๆ ประชาชนลอยคอ  
มีการประกาศเตือนภัย ไร้สวนเสียหาย สัมภาษณ์ประชาชน มีการสรุปข่าวอุทกภัย

องค์ประกอบที่สร้างการให้เกิดการแสดงความคิดเห็นในระดับต่ำ (P 49 – P 25) ไม่มี  
องค์ประกอบ

องค์ประกอบที่สร้างการให้เกิดการแสดงความคิดเห็นในระดับต่ำมาก (P 24 – P 01) มี 40  
องค์ประกอบ ได้แก่ รายการข่าว มีการระบุพื้นที่ประสบอุทกภัยเฉพาะแห่ง มีการอพยพ ไม่มีการ  
อพยพ มีระดับน้ำ ไม่มีภาพน้ำ น้ำไหลไม่แรง มีปัญหาการคมนาคม ไม่มีดินถล่ม ไม่มีภาพความ  
เสียหาย ภาพบ้านพัง ไม่มีผู้ประกาศข่าวให้คำแนะนำในการเอาตัวรอดจากอุทกภัย ไม่มีผู้ประกาศข่าว  
ขอให้รายงานสถานการณ์เข้ามา ไม่มีผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจ ผู้ประกาศข่าวใช้คำขยาย ไม่มีผู้  
ประกาศข่าวแสดงความเสียใจ ไม่มีประชาชนวิจารณ์รัฐบาล ไม่มีชุมชนถูกละเลย ไม่มีภาพลักษณะเชิง  
บวกดารา ไม่มีอารมณ์ในเชิงบวก ไม่มีอารมณ์ในเชิงลบ ไม่มีประชาชนเสียชีวิต ไม่มีประชาชนบาดเจ็บ  
ไม่มีภาพการช่วยเหลือनावิกฤต การพาดหัวข่าวแบบให้ข้อมูล ไม่มีการประกาศเตือนภัย ไม่มีระดับ  
น้ำ ภาพน้ำนิ่ง ไม่มีปัญหาการคมนาคม ไม่มีการปิดสถานที่ต่าง ๆ ผู้ประกาศข่าวขอให้รายงาน  
สถานการณ์เข้ามา ผู้ประกาศข่าวไม่มีการใช้คำขยาย ประชาชนไม่มีการใช้คำขยาย ไม่มีคลิปจาก  
ประชาชน ไม่มีการสัมภาษณ์ สัมภาษณ์รัฐบาล ไม่มีการสรุปเหตุการณ์อุทกภัย ไม่มีประชาชนตื่น  
ตระหนก คลิปเสียงและภาพสัมภาษณ์ สัมภาษณ์หน่วยงานราชการ

สรุปได้ว่าองค์ประกอบของข่าวที่สร้างการให้เกิดการแสดงความคิดเห็นบนยูทูปมีความ  
หลากหลายและแตกต่างกันไปตามระดับของการมีส่วนร่วม และมีองค์ประกอบข่าวที่สร้างการให้เกิด  
การแสดงความคิดเห็นในระดับต่าง ๆ คล้ายกับองค์ประกอบของข่าวที่สร้างการกตฤกษ์ใจ

นอกจากนี้จากตาราง ยังสามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบของข่าวตามความแปรปรวนของยอด  
การแสดงความคิดเห็นสามารถทำได้โดยพิจารณาจากค่า IQR (ช่วงระหว่างควอไทล์) และความ  
สม่ำเสมอของข้อมูลในแต่ละองค์ประกอบ

องค์ประกอบของข่าวที่มีความแปรปรวนสูง หมายถึง องค์ประกอบเหล่านี้แสดงถึงความ  
แปรปรวนที่สูงในการแสดงความคิดเห็น กล่าวคือมีความต่างกันอย่างมากระหว่างค่าต่ำสุดและ  
ค่าสูงสุด และมีช่วง IQR ที่กว้าง ได้แก่ ภาพน้ำไหลป่า ภาพประชาชนบาดเจ็บ ภาพประชาชนเสียชีวิต  
ดินถล่ม ประชาชนวิจารณ์รัฐบาล ไม่ระบุพื้นที่ประสบอุทกภัยเฉพาะแห่ง

องค์ประกอบของข่าวที่มีความแปรปรวนปานกลาง หมายถึง องค์ประกอบเหล่านี้มีความ  
แปรปรวนในระดับปานกลาง ซึ่งแสดงถึงความต่างที่มีนัยสำคัญระหว่างค่าต่ำสุดและค่าสูงสุด แต่ไม่  
มากเท่ากับกลุ่มที่มีความแปรปรวนสูง องค์ประกอบในกลุ่มนี้ ได้แก่ อารมณ์เชิงลบ สัมภาษณ์ฝ่ายค้าน  
อารมณ์เชิงบวก ประชาชนใช้คำขยาย ภาพลักษณะเชิงบวกดารา การพาดหัวข่าวแบบหือหาว

องค์ประกอบของข่าวที่มีความแปรปรวนต่ำ หมายถึง องค์ประกอบเหล่านี้แสดงถึงความแปรปรวนที่ต่ำในยอดการรับชม ซึ่งหมายความว่ามีความต่างที่ไม่มากนักระหว่างค่าต่ำสุดและค่าสูงสุด และมีช่วง IQR ที่แคบ องค์ประกอบในกลุ่มนี้ ได้แก่ การทำ CPR ประชาชนตื่นตระหนก ผู้ประกาศข่าวให้คำแนะนำในการเอาตัวรอดจากอุทกภัย ยานพาหนะพัง ผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจ การปิดสถานที่ต่าง ๆ

การจัดกลุ่มองค์ประกอบข่าวตามความแปรปรวนของยอดการกดถูกใจช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยที่อาจมีผลต่อความน่าสนใจและการมีส่วนร่วมของผู้ชมในการกดถูกใจข่าวอุทกภัย องค์ประกอบที่มีความแปรปรวนสูงอาจดึงดูดความสนใจและกระตุ้นการมีส่วนร่วมได้มากกว่าองค์ประกอบที่มีความแปรปรวนต่ำ



ตารางที่ 38 จำนวนองค์ประกอบที่สร้างการมีส่วนร่วมของผู้ชม

ระดับการมีส่วนร่วม	การรับชม	กดถูกใจ	ความคิดเห็น
สูง (น้ำเงิน)	17	17	17
ปานกลาง (เขียว)	15	16	10
ต่ำ (ส้ม)	18	2	-
ต่ำมาก (แดง)	17	32	40
รวม	67	67	67

ตารางที่ 38 แสดงการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อองค์ประกอบข่าวต่าง ๆ บนยูทูป โดยแบ่งการมีส่วนร่วมออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่ สูง ปานกลาง ต่ำ และต่ำมาก และวัดผลการมีส่วนร่วมใน 3 ด้าน ได้แก่ การรับชม การกดถูกใจ และการแสดงความคิดเห็น

ตารางที่ 38 สรุป ได้ดังนี้

โดยรวมแล้ว ตารางนี้ทำให้เห็นถึงความสำคัญของการเลือกเนื้อหาเพราะองค์ประกอบที่จะสร้างการมีส่วนร่วมได้นั้นมีจำนวนไม่มากนัก (17 จาก 67 องค์ประกอบ)

องค์ประกอบที่สร้างการมีส่วนร่วมสูงได้แก่ ผู้ประกาศข่าวแสดงความเสียใจ ประชาชนติดอยู่ท่ามกลางน้ำท่วม มีภาพดินถล่ม ภาพผู้บาดเจ็บ ภาพผู้เสียชีวิต ภาพน้ำไหลบ่า ประชาชนวิจารณ์รัฐบาล ไม่ระบุพื้นที่ปราบภัยแบบเฉพาะเจาะจง ยานพาหนะเสียหาย อารมณ์ในเชิงลบ ผู้ประกาศข่าวขอให้รายงานสถานการณ์เข้ามา ผู้ประกาศข่าวให้คำแนะนำการเอาตัวรอดจากอุทกภัย ภาพประชาชนตื่นตระหนก มีคลิปจากประชาชน มีการปิดสถานที่ การพาตัวข่าวแบบหิวหิวและไร้สวนเสียหาย

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย “การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวอุทกภัยภาคใต้ของประเทศไทยในช่วงฤดูมรสุมบนยูทูป” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบข่าวอุทกภัยที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้ชมบนยูทูป โดยมีคำถามวิจัยว่า “รูปแบบการรายงานข่าวอุทกภัยที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้ชมบนยูทูปมีกี่รูปแบบ รูปแบบอะไรบ้าง”

ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหาของวิดีโอการรายงานข่าวบนยูทูป เกี่ยวกับอุทกภัยในภาคใต้ของไทยในช่วงฤดูมรสุมจากสำนักข่าวสื่อกระแสหลัก สำนักข่าวออนไลน์ และสำนักข่าวสื่อสาธารณะ รวม 7 สำนักข่าว และมีคลิปที่คัดเลือกได้จำนวน 64 คลิป วัดความเที่ยงระหว่างผู้ลงรหัส 3 คน ด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของ Krippendorff

ผู้วิจัยใช้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการเปรียบเทียบค่ามัธยฐาน และเปอร์เซ็นต์ไทล์ ตลอดจนค่าช่วงการกระจายของข้อมูล (IQR) ทำให้สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบของข่าวที่สร้างการมีส่วนร่วม ซึ่งหมายถึง การรับชม การกดถูกใจ และการแสดงความคิดเห็นบนยูทูปมีความหลากหลายและแตกต่างกันไปเมื่อใช้ระดับของการมีส่วนร่วมเป็นเกณฑ์ สามารถสรุปเป็นรูปแบบการรายงานข่าวอุทกภัยที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้ชมบนยูทูปได้เป็น 3 แบบดังนี้

##### 1. รูปแบบการรายงานข่าวที่สร้างการมีส่วนร่วมในระดับสูง

หมายถึง ข่าวที่มีองค์ประกอบ เช่น การแสดงความเสียหายของผู้ประสบเหตุ ภาพประชาชนติดอยู่ท่ามกลางน้ำท่วม ภาพดินถล่ม ภาพผู้บาดเจ็บ ภาพผู้เสียชีวิต ภาพน้ำไหลบ่า ประชาชนวิจารณ์รัฐบาล อารมณ์ในเชิงลบ การพาดหัวข่าวแบบหวือหวา และไร้อารมณ์เสีย และหากมี ภาพลักษณะเชิงบวกตารา อาจได้รับการกดถูกใจในระดับสูง โดยข่าวนี้อาจเป็น รูปแบบที่ 1 ซึ่งเป็น “การนำเสนอข่าวอุทกภัยที่กระตุ้นอารมณ์และความสนใจ” รูปแบบนี้มักเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่มีผลกระทบอย่างรุนแรงหรือเรื่องราวที่กระตุ้นอารมณ์และความสนใจอย่างมาก เช่น ข่าวเกี่ยวกับภัยพิบัติ การแสดงความเสียหายของผู้ประสบเหตุ หรือภาพที่สะท้อนถึงความเดือดร้อนของประชาชน รูปแบบการนำเสนอข่าวนี้อาจใช้ภาพและวิดีโอประกอบที่สะท้อนอารมณ์ เช่น ภาพความ

เสียหาย ภาพผู้เสียชีวิต ภาพผู้บาดเจ็บ เป็นต้น นอกจากนี้ อาจใช้การเล่าเรื่องแบบสร้างอารมณ์ร่วมให้ผู้ชม เช่น การให้สัมภาษณ์ประชาชนที่ประสบภัย

2. รูปแบบการรายงานข่าวที่สร้างการมีส่วนร่วมในระดับปานกลาง หมายถึง ข่าวที่มีองค์ประกอบ เช่น ปัญหาการคมนาคม การทำ CPR การเตือนภัย ภาพน้ำไหลไม่แรง ผู้ประกาศข่าวใช้คำขยาย ชุมชนถูกละเลย การสรุปเหตุการณ์อุทกภัย สัมภาษณ์ฝ่ายค้าน มีการบอกระดับน้ำ ประชาชนใช้คำอุทาน โดยถือเป็นรูปแบบที่ 2 “การนำเสนอข่าวอุทกภัยที่ให้ข้อมูลและเป็นประโยชน์” โดยรูปแบบนี้มักนำเสนอข่าวอุทกภัยที่มีความสำคัญต่อผู้ชม เช่น ข่าวเกี่ยวกับปัญหาการจราจร การอพยพ การช่วยเหลือผู้ประสบภัย เป็นต้น รูปแบบการนำเสนอข่าวนี้อาจใช้ข้อมูลและความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ชม เช่น การระบุพื้นที่ประสบภัย การเตือนภัย การแนะนำวิธีป้องกันตนเองจากอุทกภัย เป็นต้น
3. รูปแบบการรายงานข่าวที่สร้างการมีส่วนร่วมในระดับต่ำ และต่ำมาก หมายถึง ข่าวที่มีองค์ประกอบ เช่น ไม่มีภาพลักษณะเชิงบวกตราบา ไม่มีประชาชนใช้คำขยาย ไม่มีการระบุพื้นที่ได้รับผลกระทบเฉพาะแห่ง ไม่มีภาพประชาชนบาดเจ็บ ไม่มีภาพความเสียหาย ไม่มีชุมชนถูกละเลย ไม่มีประชาชนวิจารณ์รัฐบาล ไม่มีผู้ประกาศข่าวแสดงความเสียใจ ไม่มีอารมณ์ในเชิงบวก ไม่มีการสัมภาษณ์ ไม่มีอารมณ์ในเชิงลบ ไม่มีการปิดสถานที่ ไม่มีการให้คำแนะนำในการเอาตัวรอดจากอุทกภัย ไม่มีภาพดินถล่ม ไม่มีภาพผู้เสียชีวิต ไม่มีประชาชนตื่นตระหนก ภาพน้ำนิ่ง ไม่มีคลิปจากประชาชน สัมภาษณ์รัฐบาล ไม่มีการสรุปเหตุการณ์อุทกภัย โดยถือเป็นรูปแบบที่ 3 “การนำเสนอข่าวอุทกภัยที่ไม่น่าสนใจ” โดยรูปแบบนี้มักนำเสนอข่าวอุทกภัยที่อาจให้มุมมองจากรัฐบาลมากกว่ามุมมองจากสาธารณชน เช่น การสัมภาษณ์บุคคลจากรัฐบาล ภาพน้ำนิ่งที่อาจทำให้ประชาชนลดความตื่นตระหนก จนอาจไม่ได้เตรียมพร้อมรับมือกับอุทกภัยเพียงพอ

รูปแบบการรายงานข่าวเหล่านี้สะท้อนว่าองค์ประกอบที่สร้างการมีส่วนร่วมของผู้ชมบนยูทูป มีความแตกต่างกัน และแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการเลือกใช้อีกองค์ประกอบที่เหมาะสมในการนำเสนอข่าวอุทกภัยเพื่อดึงดูดความสนใจและการมีส่วนร่วมของผู้ชม

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังทำการวิเคราะห์ต่อไปโดยอาศัยเพียงการคำนวณทางสถิติเชิงพรรณนา เพื่อสรุปรูปแบบข่าวและระบุว่ารูปแบบนั้น ๆ น่าจะมีผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ชมบนยูทูปได้อย่างไร โดยแบ่งออกเป็น 9 รูปแบบดังนี้

1. ชาวที่มีผลกระทบอย่างรุนแรง ซึ่งเป็นชาวที่มีก่อสร้างการรับชมสูงเนื่องจากผู้ชมมักสนใจเหตุการณ์ที่มีผลกระทบอย่างรุนแรงต่อชีวิตและทรัพย์สิน ทำให้เกิดการกดถูกใจและแสดงความคิดเห็นเพื่อแสดงความเห็นใจหรือแสดงความคิดเห็นต่อเหตุการณ์
2. การแสดงความเสียใจของผู้ประกาศข่าว ทั้งนี้การแสดงความเสียใจของผู้ประกาศข่าวสามารถสร้างการเชื่อมต่อทางอารมณ์กับผู้ชม ทำให้เกิดการรับชมและการแสดงความคิดเห็นเพิ่มขึ้น เนื่องจากผู้ชมรู้สึกเชื่อมโยงกับเหตุการณ์ผ่านอารมณ์ของผู้ประกาศข่าว
3. ภาพที่สะท้อนถึงความเดือดร้อนของประชาชน ซึ่งภาพเหล่านี้มักทำให้เกิดการรับชมสูง เนื่องจากผู้ชมมักสนใจเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนโดยตรง ส่งผลให้เกิดการกดถูกใจและแสดงความคิดเห็นเพื่อแสดงความเห็นใจหรือความกังวล
4. ชาวเกี่ยวกับภัยพิบัติโดยตรง ซึ่งชาวภัยพิบัติมักดึงดูดความสนใจของผู้ชมเนื่องจากมีส่วนของสำคัญและความเร่งด่วนของเหตุการณ์ ส่งผลให้เกิดการรับชมและการแสดงความคิดเห็นสูง
5. ชาวเกี่ยวกับการจรรยาบรรณและการให้คำแนะนำในสถานการณ์ฉุกเฉิน ซึ่งเนื้อหาข่าวประเภทนี้มักได้รับความสนใจเนื่องจากเกี่ยวข้องโดยตรงกับชีวิตประจำวันของผู้ชม ส่งผลให้เกิดการรับชมและการแสดงความคิดเห็นเพื่อแสดงความคิดเห็นหรือขอข้อมูลเพิ่มเติม
6. การวิจารณ์รัฐบาลและการสัมภาษณ์ฝ่ายค้าน ซึ่งเป็นชาวที่มีก่อสร้างการรับชมและการแสดงความคิดเห็นสูง เนื่องจากผู้ชมมักสนใจในมุมมองทางการเมืองและการวิจารณ์ต่อการจัดการภัยพิบัติ
7. การใช้คำขยายและการสร้างอารมณ์ ทั้งนี้การใช้คำขยายและการสร้างอารมณ์ในข่าวสามารถกระตุ้นความสนใจและการมีส่วนร่วมของผู้ชมได้ เนื่องจากสามารถทำให้เหตุการณ์ดูน่าสนใจและเข้าถึงอารมณ์ของผู้ชมได้มากขึ้น
8. การนำเสนอภาพลักษณ์เชิงบวกของดารารหรือบุคคลที่มีชื่อเสียง กล่าวคือเป็นการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับดารารหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงในแง่บวกมักก่อสร้างการรับชมสูง เนื่องจากผู้ชมมักสนใจในบุคคลเหล่านี้และต้องการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับบุคคลเหล่านั้น
9. การนำเสนอคลิปจากประชาชนและการมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นการนำเสนอคลิปข่าวหรือข้อมูลที่ได้รับจากประชาชน เนื้อหาประเภทนี้อาจสร้างการรับชมและการมีส่วนร่วมของผู้ชมได้ เนื่องจากผู้ชมมักสนใจในมุมมองและประสบการณ์จริงจากประชาชน

การวิเคราะห์นี้ทำให้เห็นว่าแต่ละรูปแบบของการรายงานข่าวมีผลต่อการรับชม การกดถูกใจ และการแสดงความคิดเห็นของผู้ชมบนยูทูปในรูปแบบที่แตกต่างกัน โดยขึ้นอยู่กับความสำคัญของเหตุการณ์ การเชื่อมต่อทางอารมณ์ และความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของผู้ชม

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

### 5.2.1 ความสำคัญขององค์ประกอบข่าวที่กระตุ้นอารมณ์และความสนใจ

การวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าองค์ประกอบข่าวที่มีผลกระทบสูงสุดต่อการมีส่วนร่วมของผู้ชมมักเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่กระตุ้นอารมณ์และความสนใจอย่างมาก เช่น ข่าวเกี่ยวกับภัยพิบัติ หรือการแสดงความเสียใจของผู้ประกาศข่าว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pantti (2019) ที่ได้กล่าวว่าการรายงานข่าวของสื่อมวลชนส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นการนำเสนอประเด็นอารมณ์ความรู้สึกของผู้ที่ได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติ เพราะการรายงานข่าวที่มี ภาพสะท้อนอารมณ์นั้นสามารถกระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกของผู้ชมได้หลายอย่าง เช่น ความเศร้า ความกลัว ความโกรธ ฯลฯ ซึ่งจะช่วยให้ดึงดูดความสนใจของผู้ชมและทำให้ผู้ชมรู้สึกเห็นอกเห็นใจต่อผู้ประสบภัยมากขึ้น ในประเด็นเหล่านี้ยังสามารถสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ชมได้จำนวนมาก โดยองค์ประกอบข่าวควรต้องมีประโยชน์ต่อผู้รับชมด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sun and Zhao (2023) ที่ได้กล่าวว่าการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนที่มีเนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อประชาชนในช่วงภาวะฉุกเฉินผ่านเว็บไซต์ยูทูป ควรเน้นการนำเสนอประเด็นการป้องกัน การเตรียมพร้อมรับมือจากภัยและควรภาษาท้องถิ่นประกอบ เพื่อให้ประชาชนเข้าใจง่ายขึ้น นอกจากนี้ องค์ประกอบข่าวที่กระตุ้นอารมณ์และความสนใจยังสามารถกระตุ้นให้ผู้ชมมีส่วนร่วมกับข่าวได้อีกด้วย เช่น การแสดงความเสียใจของผู้ประกาศข่าวสามารถกระตุ้นให้ผู้ชมรู้สึกเห็นอกเห็นใจต่อผู้ประสบภัยมากขึ้น ซึ่งอาจนำไปสู่การมีส่วนร่วมของผู้ชม เช่น การรับชม กดถูกใจ และการแสดงความคิดเห็น เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การใช้องค์ประกอบข่าวที่กระตุ้นอารมณ์และความสนใจอย่างระมัดระวัง เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้ชมเกิดความเครียดหรือวิตกกังวลมากเกินไป นอกจากนี้ ควรนำเสนอข่าวอย่างครบถ้วน และถูกต้อง เพื่อให้ผู้ชมได้รับข้อมูลที่จำเป็นในการเข้าใจสถานการณ์

### 5.2.2 ผลกระทบของการเลือกองค์ประกอบข่าว

การเลือกองค์ประกอบข่าวที่เหมาะสมมีผลต่อการดึงดูดความสนใจและการมีส่วนร่วมของผู้ชม เหตุผลหลักประการหนึ่งก็คือองค์ประกอบข่าวสามารถกระตุ้นความสนใจของผู้ชมได้ ตัวอย่างเช่น ประเด็นข่าวที่รุนแรงและน่าตื่นเต้น เช่น ความรุนแรง อาชญากรรม หรือภัยพิบัติ มักดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้มากกว่าประเด็นที่เบาบางหรือน่าเบื่อ นอกจากนี้ รูปแบบข่าวที่ดึงดูดความสนใจ เช่น การ

นำเสนอภาพข่าวที่น่าสนใจ การพาดหัวข่าวแบบหือหวา การให้สัมภาษณ์กับบุคคลที่เกี่ยวข้อง มักทำให้ผู้ชมมีส่วนร่วมกับข่าวมากขึ้น

งานวิจัยนี้จึงช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ชมในเนื้อหาข่าวบนแพลตฟอร์มดิจิทัล ดังที่ผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบของข่าวอุทกภัยที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้ชมบนยูทูป ได้แก่ การแสดงความเสียใจของผู้ประกาศข่าวการรับชมอยู่ที่ 343,114 ภาพประชาชนติดอยู่ท่ามกลางน้ำท่วมการรับชมอยู่ที่ 343,114 ดินถล่มการรับชมอยู่ที่ภาพผู้บาดเจ็บการรับชมอยู่ที่ 173,829 ภาพผู้เสียชีวิตการรับชมอยู่ที่ 142,533 และภาพน้ำไหลป่า การรับชมอยู่ที่ 51,109

### 5.2.3 การปรับเนื้อหาข่าวให้เหมาะสมกับแพลตฟอร์มดิจิทัล

การวิเคราะห์และการปรับเนื้อหาข่าวให้เหมาะสมกับลักษณะของแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น ยูทูป ซึ่งอาจต้องการการนำเสนอที่แตกต่างจากสื่อดั้งเดิม แพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น ยูทูป มีลักษณะแตกต่างจากสื่อดั้งเดิม แพลตฟอร์มดิจิทัลจะมีจุดเด่นในด้านความหลากหลายของเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย และความสามารถในการมีส่วนร่วมของผู้ชม ดังนั้นการวิเคราะห์และการปรับเนื้อหาข่าวให้เหมาะสมกับลักษณะของแพลตฟอร์มดิจิทัลจึงมีความสำคัญ เพื่อให้เนื้อหาข่าวสามารถดึงดูดความสนใจและมีมีส่วนร่วมของผู้ชมบนแพลตฟอร์มดิจิทัลได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rajendran and Thesinghraj (2014) ที่ได้กล่าวว่าการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวเป็นขั้นตอนสำคัญในการพิจารณาองค์ประกอบต่าง ๆ ของข่าว ได้แก่ ประเด็นข่าว ความรุนแรงของข่าว อารมณ์ของข่าว และรูปแบบของข่าว โดยรูปแบบของข่าวเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่สามารถส่งผลต่อการดึงดูดความสนใจของผู้ชมบนแพลตฟอร์มดิจิทัล รูปแบบข่าวที่ดึงดูดความสนใจ เช่น การนำเสนอภาพข่าวที่น่าสนใจ การพาดหัวข่าวแบบหือหวา หรือการใช้วิดีโอประกอบข่าว มักทำให้ผู้ชมสนใจข่าวมากขึ้น

### 5.2.4 ความสำคัญของการสร้างเนื้อหาข่าวที่มีคุณภาพ

การสร้างเนื้อหาข่าวที่มีคุณภาพนั้นมีส่วนช่วยในการสร้างความตระหนักรู้ให้แก่ประชาชนเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ทำให้ประชาชนเข้าใจถึงปัญหาที่เกิดขึ้น นำไปสู่การแก้ไขที่ทัน่วงทีและตรงจุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Belt and Just (2008) ที่ได้กล่าวหาว่าเนื้อหาข่าวที่มีคุณภาพจะต้องเป็นประโยชน์และมีความสำคัญต่อประชาชนจำนวนมาก เช่น การเตือนภัย พื้นที่เสี่ยงภัยในช่วงเหตุการณ์ภัยพิบัติ รวมถึงมาตรการในการช่วยเหลือต่าง ๆ ดังนั้นเมื่อประชาชนได้รับทราบข่าวสารที่มีคุณภาพจากสื่อมวลชน จะช่วยให้ประชาชนสามารถเตรียมความพร้อมรับมือ และตอบสนองกับภัยพิบัติได้อย่างเหมาะสม



### 5.2.5 การใช้ข้อมูลจากการวิจัยเพื่อพัฒนากลยุทธ์การสื่อสาร

การนำข้อมูลจากการวิจัยนี้ไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารและการนำเสนอข่าวบนแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารกับผู้ชมนั้นสามารถทำได้โดยพิจารณาจากประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

การเลือกองค์ประกอบข่าวที่เหมาะสมเป็นขั้นตอนสำคัญในการพัฒนากลยุทธ์ในการสื่อสาร ข้อมูลเกี่ยวกับภัยพิบัติ ซึ่งสามารถช่วยให้ผู้ชมได้มีส่วนร่วมร่วมกับข่าวสารได้มากขึ้น ข้อมูลจากการวิจัยพบว่า การเลือกองค์ประกอบข่าวที่เหมาะสมจะมีผลต่อการดึงดูดความสนใจและสามารถสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ชมได้ ดังนั้นสื่อมวลชนควรพิจารณาเลือกองค์ประกอบข่าวที่เหมาะสมกับลักษณะของแพลตฟอร์มดิจิทัลและกลุ่มเป้าหมาย เช่น ประเด็นด้านการจัดการภัยพิบัติ ประเด็นข่าวที่มีความรุนแรงและน่าตื่นเต้น

### 5.2.6 การพิจารณาถึงผลกระทบทางจริยธรรมและความรับผิดชอบ

ควรมีการพิจารณาถึงผลกระทบทางจริยธรรมและความรับผิดชอบในการนำเสนอข่าว เพื่อไม่ให้เกิดการบิดเบือนข้อมูลหรือการกระตุ้นอารมณ์อย่างไม่เหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยต่างประเทศของ Shuchman and Wilkes (1997) ที่กล่าวว่า สื่อมวลชนควรรายงานข่าวที่ไม่ทำให้เกิดการกระตุ้นอารมณ์จนเกินไปหรือใช้คำพูดที่เกินความเป็นจริงจะทำให้ประชาชนจำนวนมากที่รับชมข่าวเกิดความเข้าใจผิด โดยจะเน้นให้สื่อมวลชนศึกษาข้อมูลให้ละเอียด มีความเข้าใจอย่างถ่องแท้ก่อนทำการนำเสนอ ข้อมูลดังกล่าวต้องมีครบถ้วนถูกต้องแม่นยำ นอกจากนี้สื่อมวลชนที่ควรรายงานข่าวเชิงวิทยาศาสตร์ให้ประชาชนทั่วไปเกิดเข้าใจง่ายขึ้น

ทั้งนี้งานวิจัยยังมีข้อจำกัด (limitations) บางประการ เนื่องจากการวิจัยนี้มุ่งเน้นเฉพาะคลิปข่าวอุทกภัยในภาคใต้ของไทยในช่วงฤดูมรสุม ซึ่งอาจไม่สามารถสะท้อนถึงลักษณะของการรายงานข่าวอุทกภัยในพื้นที่อื่นหรือเหตุการณ์ภัยพิบัติอื่น ๆ มีการศึกษาที่จำกัดเฉพาะการวิเคราะห์เนื้อหาบนยูทูป ซึ่งอาจมีความแตกต่างจากแพลตฟอร์มสื่ออื่น ๆ เช่น โททซ์สน์หรือสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ และการวิจัยนี้จำกัดเฉพาะช่วงเวลาและทรัพยากรที่มี ซึ่งอาจมีผลต่อความละเอียดและความครอบคลุมของข้อมูลที่ได้

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต

1. ควรพิจารณาขยายขอบเขตการวิจัยไปยังเหตุการณ์ภัยพิบัติอื่น ๆ หรือพื้นที่อื่น ๆ เพื่อเพิ่มความครอบคลุมและความหลากหลายของข้อมูล
2. ควรพิจารณาการเปรียบเทียบระหว่างยูทูปกับแพลตฟอร์มสื่ออื่น ๆ เพื่อทำความเข้าใจถึงลักษณะเฉพาะของแต่ละแพลตฟอร์ม
3. ควรศึกษาเชิงคุณภาพเพิ่มเติมเกี่ยวกับการรับรู้และปฏิสัมพันธ์ของผู้ชมกับเนื้อหาข่าว อาจช่วยให้เข้าใจมิติที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

#### 5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

1. สำนักข่าวควรใช้ผลการวิจัยนี้เพื่อพัฒนาเนื้อหาข่าวที่สามารถดึงดูดความสนใจและสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ชมได้มากขึ้น
2. สำนักข่าวสามารถใช้ข้อมูลนี้เพื่อกำหนดกลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารที่เหมาะสมกับเนื้อหาข่าวบนแพลตฟอร์มดิจิทัล
3. สำนักข่าวควรพิจารณาถึงจริยธรรมและความรับผิดชอบในการนำเสนอข่าว เพื่อไม่ให้เกิดการบิดเบือนข้อมูลหรือการกระตุ้นอารมณ์อย่างไม่เหมาะสม
4. สถาบันการศึกษาด้านสื่อควรจัดการอบรมเพื่อเพิ่มความเข้าใจในการสร้างเนื้อหาที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ชม และการใช้ภาษาที่เหมาะสมในการนำเสนอข่าว



ทั้งนี้แบบลงรหัสต้นฉบับมีหัวข้อที่วิเคราะห์จำนวนทั้งหมด 83 ข้อ ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมของ (Mellado, 2015) แต่เมื่อทำการวิเคราะห์เนื้อหาในคลิปข่าวเป็นตัวอย่างของงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยพบว่าหัวข้อที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ 32 ข้อ จึงได้ตัดออก แบบลงรหัสของงานวิจัยนี้จึงมีหัวข้อเพียง 51 ข้อ จากนั้นผู้วิจัยปรับปรุงแบบลงรหัสให้กระชับขึ้น จนท้ายที่สุดเหลือจำนวน 27 หัวข้อ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 39 การออกแบบ แบบลงรหัส

ลำดับ	เลขข้อและชื่อหัวข้อเก่า	ตัดออก	เลขข้อใหม่
1	V001 ผู้ที่เป็นคนลงรหัส	✓	
2	V002 รายการข่าว		C002
3	V003 หนังสือพิมพ์	✓	
4	V004 วันที่เผยแพร่		C004
5	V004a ปี		C004
6	V004b เดือน		C004
	1= มกราคม		
	2= กุมภาพันธ์		
	3= มีนาคม		
	4= เมษายน		
	5= พฤษภาคม		
	6= มิถุนายน		
	7= กรกฎาคม		
	8= สิงหาคม		
	9= กันยายน		
	10= ตุลาคม		
	11= พฤศจิกายน		
	12= ธันวาคม		
7	V004c วัน		C004
	1= วันจันทร์		
	2= วันอังคาร		
	3= วันพุธ		

ลำดับ	เลขข้อและชื่อหัวข้อเก่า	ตัดออก	เลขข้อใหม่
	4= พฤษหัตถ์		
	5= วันศุกร์		
	6= วันเสาร์		
	7= อาทิตย์		
8	V005b ชื่อนักข่าว	✓	
9	V005c เพศนักข่าว	✓	
	0= หญิง		
	1= ชาย		
	9= ไม่ชัดเจน		
10	V006 ประเภทเรื่องราว	✓	
	0= บทสรุป		
	1= บทความ		
	2= คุณสมบัตินักข่าว/ พงศาวดาร		
	3= รายงาน		
11	V007 ตำแหน่งหน้า	✓	
	0=หน้าแรก,		
	1=ด้านหน้าของส่วน		
	2= หน้าด้านใน		
12	V008 ภาพถ่าย	✓	
	หมายถึงการมี/ไม่มีรูปถ่ายในรายการข่าว		
	0= ไม่มี		
	1= มี		
13	V009 รูปภาพ/ข้อความ		C005
	1= ความเด่นของภาพ		
	2= ความสัมพันธ์ที่สมดุระหว่างรูปภาพและข้อความ		
	3= ความเด่นของข้อความ		
	4= แค่ข้อความ		
14	ส่วนที่ 2 ลักษณะเรื่องราว	✓	
	V010 ITEMTOPIC		

ลำดับ	เลขข้อและชื่อหัวข้อเก่า	ตัดออก	เลขข้อใหม่
	1= รัฐบาล/สภานิติบัญญัติ		
	2= การตั้งแคมป์/การเลือกตั้ง/การเมือง		
	3= ตำรวจและอาชญากรรม		
	4. ศาล		
	5= กระทรวงกลาโหม/ทหาร/ความมั่นคงของชาติ		
	6= เศรษฐกิจและธุรกิจ		
	7= การศึกษา		
	8= พลังงาน สิ่งแวดล้อม		
	9= การขนส่ง		
	10= ที่อยู่อาศัย โครงสร้างพื้นฐาน และงานสาธารณะ		
	11= อุบัติเหตุและภัยธรรมชาติ		
	12= เรื่องราวเกี่ยวกับระบบบริการสุขภาพ การ สาธารณสุข		
	13= ศาสนา		
	14= สิทธิมนุษยชน		
	15= การชุมนุมและการประท้วง		
	16= ปัญหาสังคม		
	17= อื่นๆ		
15	V011 ภูมิศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	✓	
	0= ระดับท้องถิ่น		
	1= ระดับชาติ		
	2= ต่างประเทศ		
	99= ไม่ทราบ		
16	ส่วนที่ 3 แหล่งที่มาและวิธีการรายงาน	✓	
	V012 จำนวนแหล่งที่มา		
17	V012 จำนวนแหล่งที่มา	✓	
18	V013 แหล่งที่มาของเอกสาร	✓	
	0=ไม่มี		
	1=มี		

ลำดับ	เลขข้อและชื่อหัวข้อเก่า	ตัดออก	เลขข้อใหม่
19	V014 แหล่งที่มาของมนุษย์ 0=ไม่มี 1=มี	✓	
20	V015a แหล่งที่มาของรัฐ 0=ไม่มี 1=มี	✓	
21	V015b ที่มาของพรรคการเมือง 0=ไม่มี 1=มี		C025
22	V015c ภาคธุรกิจ/บริษัท 0=ไม่มี 1=มี	✓	
23	V015d ภาคประชาสังคม 0=ไม่มี 1=มี	✓	
24	V015e ประชาชน 0=ไม่มี 1=มี		C025
25	V015f สื่อมวลชน 0=ไม่มี 1=มี	✓	
26	V015g ผู้เชี่ยวชาญ 0=ไม่มี 1=มี	✓	
27	V015h ไม่ปรากฏชื่อ 0=ไม่มี 1=มี	✓	
28	V015i แหล่งข้อมูลอื่น 0=ไม่มี	✓	

ลำดับ	เลขข้อและชื่อหัวข้อเก่า	ตัดออก	เลขข้อใหม่
	1=มี		
29	V016 แหล่งข้อมูลหลัก 0= แหล่งที่มาของรัฐ 1= แหล่งที่มาของพรรคการเมือง 2= แหล่งที่มาของบริษัท 3= แหล่งที่มาของ Civic Society 4= แหล่งคนธรรมดา 5= แหล่งสื่อ 6= แหล่งผู้เชี่ยวชาญ 7= อื่นๆ	✓	
30	V017: ความหลากหลายของแหล่งที่มาและมุมมอง 1 = ไม่มีแหล่งที่มา 2 = ความครอบคลุมด้านเดียว 3 = การมีอยู่ของแหล่งที่มาและมุมมองต่างๆ 4 = การปรากฏตัวของแหล่งที่มาและมุมมองที่แตกต่างกัน	✓	
31	V018 หลักฐานที่ตรวจสอบได้ข้อมูลหาได้ยาก 0= ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงและตรวจสอบได้น้อยกว่าข้อมูลที่ไม่สามารถตรวจสอบได้ 1= ความสมดุระหว่างข้อมูลที่ตรวจสอบได้และไม่สามารถตรวจสอบได้ 2= ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงและตรวจสอบได้มากกว่าข้อมูลที่ไม่สามารถตรวจสอบได้ 3= เฉพาะข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงหรือตรวจสอบได้	✓	
32	V019 เงื่อนไขการใช้งาน 0=ไม่มี 1=มี	✓	
33	V020 การใช้เหตุผล 1= ไม่ใช่เหตุผล 2= มีข้อโต้แย้งหนึ่งข้อ	✓	



ลำดับ	เลขข้อและชื่อหัวข้อเก่า	ตัดออก	เลขข้อใหม่
	3= มีข้อโต้แย้งสองข้อ		
	4 = มีข้อโต้แย้งมากกว่าสองข้อ		
34	V021 ผู้เผยแพร่		C001
35	V021a การเล่าแบบเข้าข้าง	✓	
	0=ไม่มี		
	1=มี		
36	V021b การตีความ	✓	
	0=ไม่มี		
	1=มี		
37	V021c ข้อเสนอและความต้องการ	✓	
	0=ไม่มี		
	1=มี		
38	V021d การใช้คำอุทาน		C021, C022
	0=ไม่มี		
	1=มี		
39	V021e การเล่าที่ใช้คำว่าฉัน เรา ฉัน ฉัน ของเรา	✓	
	0=ไม่มี		
	1=มี		
40	V022 การเล่าแบบ WATCHDOG	✓	
41	V022a เรื่องข่าวมีข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการยุติธรรมหรือ การบริหารกับบุคคลหรือกลุ่มอำนาจ	✓	
	0=ไม่มี		
	1=มี		
42	V022b การตั้งคำถามต่อสิ่งนี้	✓	
	0= ไม่		
	1 = ใช่ รัฐบาล/รัฐ		
	2 = ใช่ พรรคการเมือง		
	3 = ใช่ นักธุรกิจ/ชนชั้นสูง		
	4 = ใช่ ภาคประชาสังคม (โบสถ์ สหภาพแรงงาน ฯลฯ)		

ลำดับ	เลขข้อและชื่อหัวข้อเก่า	ตัดออก	เลขข้อใหม่
	5= ใช้ องค์กรข้ามชาติ (OAS, UN เป็นต้น)		
	6= ใช้ มากกว่าหนึ่ง (อันไหน?)		
43	V022c การตั้งคำถาม: อื่นๆ ต่อสิ่งนี้	✓	
	0= ไม่		
	1 = ใช้ รัฐบาล/รัฐ		
	2 = ใช้ พรรคการเมือง		
	3 = ใช้ คนชั้นสูงด้านเศรษฐกิจ/ธุรกิจ		
	4 = ใช้ ภาคประชาสังคม (โบสถ์ สหภาพแรงงาน ฯ)		
	5= ใช้ องค์กรข้ามชาติ (OAS, UN เป็นต้น)		
	6= ใช้ มากกว่าหนึ่ง (อันไหน?)		
44	V022d การวิจารณ์		C026
	0= ไม่		
	1 = ใช้ รัฐบาล/รัฐ		
	2 = ใช้ พรรคการเมือง		
	3 = ใช้ คนชั้นสูงด้านเศรษฐกิจ/ธุรกิจ		
	4 = ใช้ ภาคประชาสังคม (โบสถ์ สหภาพแรงงาน ฯลฯ)		
	5= ใช้ องค์กรข้ามชาติ (OAS, UN เป็นต้น)		
	6= ใช้ มากกว่าหนึ่ง (อันไหน?)		
45	V022e คำวิจารณ์: อื่นๆ	✓	
	0= ไม่		
	1 = ใช้ รัฐบาล/รัฐ		
	2 = ใช้ พรรคการเมือง		
	3 = ใช้ คนชั้นสูงด้านเศรษฐกิจ/ธุรกิจ		
	4 = ใช้ ภาคประชาสังคม (โบสถ์ สหภาพแรงงาน ฯลฯ)		
	5= ใช้ องค์กรข้ามชาติ (OAS, UN เป็นต้น)		
	6= ใช้ มากกว่าหนึ่ง		
46	V022f การประณาม	✓	
	0= ไม่		
	1 = ใช้ รัฐบาล/รัฐ		
	2 = ใช้ พรรคการเมือง		

ลำดับ	เลขข้อและชื่อหัวข้อเก่า	ตัดออก	เลขข้อใหม่
	3 = ใ้ ช้ ชนชั้นสูงด้านเศรษฐกิจ/ธุรกิจ		
	4 = ใ้ ช้ ภาคประชาสังคม (โบสถ์ สหภาพแรงงาน ฯลฯ)		
	5= ใ้ ช้ องค์กรข้ามชาติ (OAS, UN เป็นต้น)		
	6= ใ้ ช้ มากกว่าหนึ่ง		
47	V022g การประณาม: อื่นๆ	✓	
	0= ไม่		
	1 = ใ้ ช้ รัฐบาล/รัฐ		
	2 = ใ้ ช้ พรรคการเมือง		
	3 = ใ้ ช้ ชนชั้นสูงด้านเศรษฐกิจ/ธุรกิจ		
	4 = ใ้ ช้ ภาคประชาสังคม (โบสถ์ สหภาพแรงงาน ฯลฯ)		
	5= ใ้ ช้ องค์กรข้ามชาติ (OAS, UN เป็นต้น)		
	6= ใ้ ช้ มากกว่าหนึ่ง		
48	V022h การสอบสวนที่ไม่ได้ดำเนินการโดยนักข่าว - เช่น การวิจัยด้านตุลาการ	✓	
	0=ไม่มี		
	1=มี		
49	V022i ความขัดแย้ง	✓	
	0=ไม่มี		
	1=มี		
50	V022j การรายงานการสืบสวน	✓	
	0=ไม่มี		
	1=มี		
51	V023 แนวนั้นสนับสนุนวาระทางการเมืองที่รัฐบาลกำหนด	✓	
52	V023a กิจกรรมการสนับสนุน	✓	
	0=ไม่มี		
	1=มี		
53	V023b ภาพลักษณ์เชิงบวกของชนชั้นสูงทางการเมือง	✓	
	0=ไม่มี		
	1=มี		

ลำดับ	เลขข้อและชื่อหัวข้อเก่า	ตัดออก	เลขข้อใหม่
54	V023c ภาพลักษณ์เชิงบวกของชนชั้นสูงทางเศรษฐกิจ 0=ไม่มี 1=มี	✓	
55	V023d ความก้าวหน้าของโครงการ 0=ไม่มี 1=มี	✓	
56	V023e เปรียบเทียบกับส่วนที่เหลือของโลก 0=ไม่มี 1=มี	✓	
57	V023f ชัยชนะของชาติ 0=ไม่มี 1=มี	✓	
58	V023g ส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศ 0=ไม่มี 1=มี	✓	
59	V023h ความรักชาติ 0=ไม่มี 1=มี	✓	
60	V024 การรายงานข่าวในรูปแบบการให้คำแนะนำและ ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการชีวิตประจำวันและปัญหาส่วน บุคคล		C018
61	V024a ผลกระทบต่อชีวิตประจำวัน 0=ไม่มี 1=มี		C014 – C017
62	V024b คำแนะนำ ใจข้อข้องใจ 0=ไม่มี 1=มี	✓	
63	V024c คำแนะนำ (เรื่องส่วนบุคคล) 0=ไม่มี 1=มี	✓	

ลำดับ	เลขข้อและชื่อหัวข้อเก่า	ตัดออก	เลขข้อใหม่
64	V024d คำแนะนำผู้บริโภคร 0=ไม่มี 1=มี	✓	
65	V025 การนำเสนอข่าวประสบการณ์ทางอารมณ์	✓	
66	V025aความสามารถ ความเป็นผู้นำ ลักษณะที่ปรากฏ 0=ไม่มี 1=มี	✓	
67	V025b ชีวิตส่วนตัว 0=ไม่มี 1=มี	✓	
68	V025c เรื่องเหลือเชื่อ 0=ไม่มี 1=มี	✓	
69	V025d เรื่องอื้อฉาว 0=ไม่มี 1=มี	✓	
70	V025e ความรู้สึกหรืออารมณ์อย่างชัดเจน 0=ไม่มี 1=มี		C030 - C032
71	V025f มีภาพที่แสดงความรู้สึกหรืออารมณ์รุนแรง 0=ไม่มี 1=มี		C033 - C035
72	V025g กระทำรุนแรง อาชญากรรม หรือภาพอนาจารทางเพศ 0=ไม่มี 1=มี	✓	
73	V025h รูปภาพของผู้เสียชีวิตและผู้บาดเจ็บ 0=ไม่มี 1=มี		C033

ลำดับ	เลขข้อและชื่อหัวข้อเก่า	ตัดออก	เลขข้อใหม่
74	V026 การนำเสนอของกลุ่มที่ไม่ได้รับประโยชน์จากสังคม		C027
75	V026a การตัดสินใจทางการเมือง 0=ไม่มี 1=มี	✓	
76	V026b ความต้องการของพลเมือง 0=ไม่มี 1=มี		C025, C035
77	V026c สิ่งที่ประชาชนรับรู้ ประณาม หรือเรียกร้อง 0=ไม่มี 1=มี	✓	
78	V026d ผลกระทบในพื้นที่ 0=ไม่มี 1=มี		C010
79	V026e ให้ความรู้เกี่ยวกับหน้าที่และสิทธิ 0=ไม่มี 1=มี		C018
80	V026f ข้อมูลความเป็นมา 0=ไม่มี 1=มี	✓	
81	V026g การตั้งคำถามหรือข้อสงสัยจากพลเมือง 0=ไม่มี 1=มี	✓	
82	V026h ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมพลเมือง 0=ไม่มี 1=มี	✓	
83	V026i สนับสนุนการเคลื่อนไหวของพลเมือง 0=ไม่มี 1=มี	✓	



### แบบลงรหัส (coding sheet) แบบกระดาษ

แบบลงรหัส เรื่องการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวอุทกภัยภาคใต้ของประเทศไทยในช่วงฤดูมรสุมบนยูทูป ผู้ลงรหัส ขวพล สัมฤทธิ์ดี ชุดที่\_



ลำดับ	คำถาม	ตัวเลือก
<b>ส่วนที่ 1 การนำเสนอองค์ประกอบของข่าว</b>		
C001	ชื่อช่องสำนักข่าว	<input type="checkbox"/> One 31 <input type="checkbox"/> Ch3 <input type="checkbox"/> AMARIN TV <input type="checkbox"/> The Standard <input type="checkbox"/> อีจัน <input type="checkbox"/> The Reporter <input type="checkbox"/> Thai PBS
C002	ประเภทเรื่องราว	<input type="checkbox"/> รายการข่าว <input type="checkbox"/> คลิปเสียงและภาพสัมภาษณ์
C003	ชื่อรายการ	
C004	วันที่เผยแพร่	
C005	การพาดหัวข่าว	<input type="checkbox"/> แบบให้ข้อมูล <input type="checkbox"/> แบบหือหวา
C006	จำนวนการรับชม	
C007	จำนวนกดถูกใจ	
C008	จำนวนแสดงความคิดเห็น	
<b>ส่วนที่ 2 การนำเสนอผลกระทบต่อเนื่องจากอุทกภัย</b>		
C009	การประกาศเตือนภัย	<input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
C010	พื้นที่ได้รับผลกระทบเฉพาะแห่ง	<input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
C011	การอพยพ	<input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
C012	ระดับน้ำ	<input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
C013	สภาพน้ำ	<input type="checkbox"/> น้ำไหลป่า <input type="checkbox"/> น้ำไม่แรง <input type="checkbox"/> น้ำนิ่ง <input type="checkbox"/> ไม่มี
C014	ปัญหาการจราจร	<input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
C015	การปิดสถานที่ต่างๆ	<input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
C016	ภาพดินถล่ม	<input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
C017	การแสดงภาพทรัพย์สินเสียหาย	<input type="checkbox"/> บ้านเรือน <input type="checkbox"/> ยานพาหนะ <input type="checkbox"/> ไรสวน <input type="checkbox"/> ไม่มี
<b>ส่วนที่ 3 การนำเสนอบทบาทของผู้ประกาศข่าว</b>		
C018	ผู้ประกาศข่าวให้คำแนะนำในการเอาชีวิตรอดจากอุทกภัย	<input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
C019	ผู้ประกาศข่าวขอให้ผู้ชมรายงานสถานการณ์เข้ามา	<input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
C020	ผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจผู้ประสบภัย	<input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี
C021	ผู้ประกาศข่าวใช้คำขยาย	<input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี



แบบลงรหัส เรื่องการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวอุทกภัยภาคใต้ของประเทศไทยในช่วงฤดูมรสุมบนยูทูป ผู้ลงรหัส ขวพล สัมฤทธิ์ดี ชุดที่ \_\_\_\_\_

ลำดับ	คำถาม	ตัวเลือก	
C022	ประชาชนใช้คำขยาย	<input type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี
C023	ผู้ประกาศข่าวแสดงความเสียใจกับผู้เสียชีวิต	<input type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี
C024	คลิปจากประชาชน	<input type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี
C025	การสัมภาษณ์	<input type="checkbox"/> ประชาชน <input type="checkbox"/> รัฐบาล <input type="checkbox"/> ฝ่ายค้าน <input type="checkbox"/> หน่วยงานราชการ <input type="checkbox"/> ไม่มี	
C026	ประชาชนวิจารณ์รัฐบาล	<input type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี
C027	ชุมชนถูกละเลย	<input type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี
C028	ภาพลักษณ์เชิงบวกคณา	<input type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี
C029	สรุปความเสียหายจากอุทกภัย	<input type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี
ส่วนที่ 5 การนำเสนอสิ่งที่สะท้อนอารมณ์			
C030	ประชาชนตื่นตระหนก	<input type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี
C031	อารมณ์ในเชิงบวก	<input type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี
C032	อารมณ์ในเชิงลบ	<input type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี
C033	ภาพผู้เสียชีวิตจากอุทกภัย	<input type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี
C034	ภาพผู้บาดเจ็บจากอุทกภัย	<input type="checkbox"/> มี	<input type="checkbox"/> ไม่มี
C035	การช่วยเหลือคนที่ถูกเดิน	<input type="checkbox"/> กำลังลอยคอ <input type="checkbox"/> ติดในรถ <input type="checkbox"/> การทำ CPR <input type="checkbox"/> ติดอยู่ที่ท่ามกลางน้ำท่วม <input type="checkbox"/> ไม่มี	



ภาคผนวก 3

คู่มือที่การลงรหัส (coding manual)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY

## คู่มือการลงรหัส coding manual

### ส่วนที่ 1 การนำเสนอองค์ประกอบของข่าว

C001 รายชื่อสำนักข่าวที่ทำการศึกษามีจำนวน 7 สำนักข่าว แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. สำนักข่าวที่เผยแพร่ทางสื่อกระแสหลัก หมายถึง สำนักข่าวที่เผยแพร่หรือออกอากาศทางทีวี และอื่น ๆ

- ข่าวช่อง One 31
- ช่อง 3
- อัมรินทร์ ทีวี

2. สำนักข่าวออนไลน์ หมายถึง สำนักข่าวออนไลน์ ที่ไม่เผยแพร่ทางสื่อกระแสหลักเช่น โทรทัศน์ วิทยุ

- The standard
- อีจัน
- The reporter

3. สำนักข่าวที่เป็นสื่อสาธารณะ เป็นสื่อที่ปราศจากอิทธิพลจากกลุ่มทุนเอกชนหรือรัฐบาล เนื่องจากไม่ต้องขอขบประมาณรัฐบาลหรือพึ่งทุนเอกชน ทำหน้าที่ให้บริการสาธารณะโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชนเป็นสำคัญ ผ่านการนำเสนอความรู้และข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม

- ไทยพีบีเอส

C002 ประเภทเรื่องราวได้แก่ รายการข่าวและคลิปเสียงและภาพสัมภาษณ์

รายการข่าว คือ รายการที่มีการนำเสนอข่าวประจำวัน

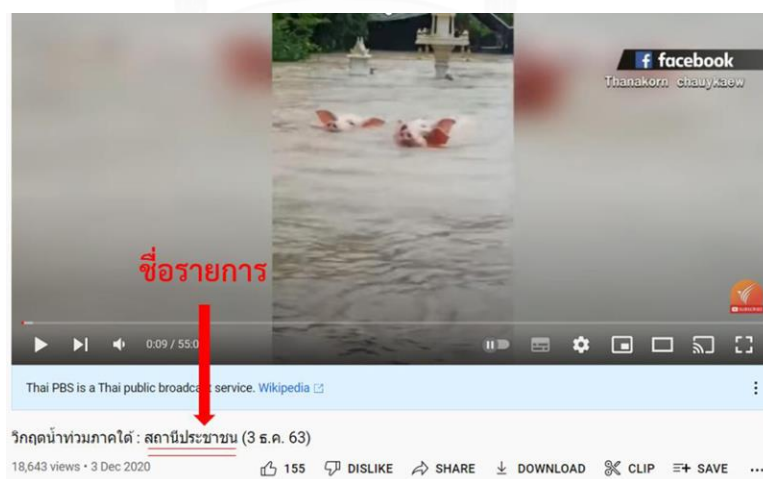
ตัวอย่าง



คลิปเสียงและภาพสัมภาษณ์ คือ คลิปภาพเหตุการณ์ มีตัวหนังสือ แต่ไม่มีเสียงผู้ประกาศข่าว  
ตัวอย่าง



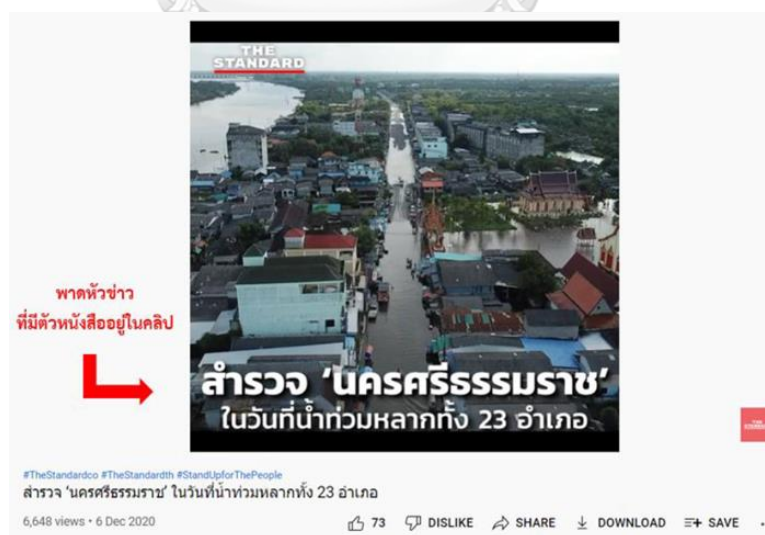
C003 ชื่อรายการหมายถึง ชื่อเรื่องของรายช่องสำนักข่าวนั้น ๆ เช่น ช่อง Thai PBS ก็จะมีรายการ  
วันใหม่ ไทยพีบีเอส, จับตาสถานการณ์, สถานีประชาชน สังเกตชื่อรายการจากมุมซ้ายล่างของคลิป  
ตัวอย่าง



C004 วันที่เผยแพร่หมายถึง วัน เดือน ปี ที่อัปโหลดคลิปข่าวลงบนยูทูป สังกัดจากมุมซ้ายล่างวิดีโอ  
ตัวอย่าง



C005 การพาดหัวข่าวในรูปแบบใดหมายถึง การสรุปประเด็นสำคัญของเนื้อหา ให้ดูกระชับสามารถ  
ให้ผู้รับเข้าใจง่าย  
ตัวอย่าง



การพาดหัวข่าวแบบให้ข้อมูลหมายถึง เป็นการบอกเรื่องราวตามข้อความในเนื้อหาข่าว  
ตัวอย่าง

1. ปภ.สรุปน้ำท่วมได้ 7 จังหวัด ปชช.เดือดร้อนกว่า 3 แสนราย

2. ปภ.เผยน้ำท่วมภาคใต้ยังกระทบ 7 จังหวัด - เผยสาเหตุน้ำท่วมได้ หนักสุดในรอบ 30 ปี

3. ปภ.เตรียมลงใต้ดูสถานการณ์น้ำท่วมวันจันทร์นี้ ลุงป้อมบอกติดงานภาคเหนือ

การพาดหัวข่าวแบบหือหวา หมายถึง การรายงานข่าวที่มีคำอุทาน คำคุณศัพท์ เช่น ถล่ม สลด อ่วม หรือเครื่องหมายตกใจ !

ตัวอย่าง

1. ใต้วิกฤต ! เจอน้ำท่วมใหญ่หลายจังหวัด นครศรีธรรมราชอ่วม น้ำป่าซัดระเทิก
2. ภาคใต้อ่วม พัทลุง-นครศรีธรรมราช เจอน้ำป่าซัด - สุราษฎร์ฯ เจอดินสไลด์ทับบ้านพัง
3. สงใจไปได้! เจอฝนถล่ม น้ำป่าซัดหลายจังหวัด สลด ไก่จมน้ำตายยกเล้า 2,800 ตัว
4. น้ำท่วมฉับพลันถล่มภาคใต้อ่วม ปชช.ไร้ที่กินนอน
5. ช่วยถึงที่! “เป็ล นาคกร” ลงพื้นที่ช่วยน้ำท่วมสุราษฎร์ธานี
6. สัญญาณดี! ฝนหยุดท้องฟ้าเปิดน้ำเมืองนครเริ่มลด
7. น้ำป่า ถล่ม ศีรีวงอ่วม

C006 จำนวนการรับชมหมายถึง ยอดวิวของวิดีโอข่าว สังเกตได้จากทางมุมซ้ายล่างวิดีโอ

ตัวอย่าง

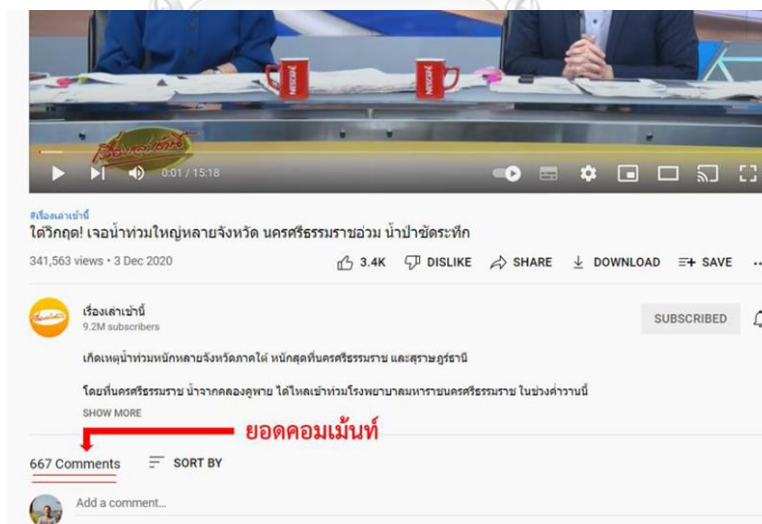




C007 ยอดการกดถูกใจหมายถึง จำนวนยอดไลค์ของวิดีโอข่าวซึ่งจะอยู่ตรงกลางข้างล่างวิดีโอคลิป  
ตัวอย่าง



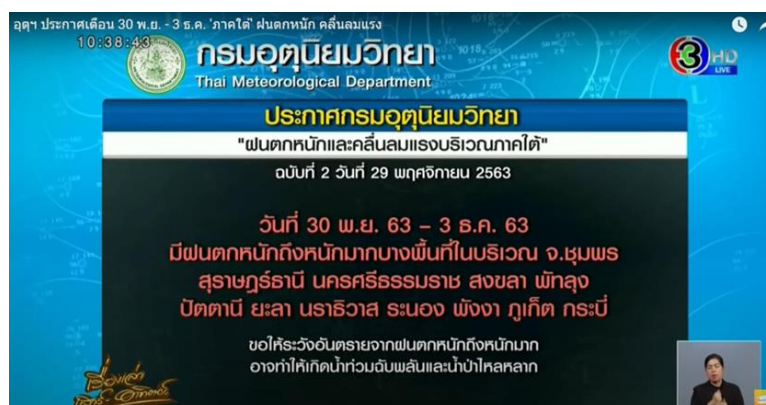
C008 ยอดการแสดงความคิดเห็นหมายถึง จำนวนคอมเมนต์อยู่ด้านล่างของคลิปวิดีโอ  
ตัวอย่าง



## ส่วนที่ 2 การนำเสนอผลกระทบต่อเนื่องจากอุทกภัย

C009 การประกาศเตือนภัยหมายถึง การประกาศเตือนภัยจากสำนักข่าวและหน่วยงานราชการ ตัวอย่าง

1. กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัยประกาศพื้นที่ภัยพิบัติ 7 อำเภอในจังหวัดตรัง
2. กรมอุตุนิยมวิทยาประกาศเตือน ภาคใต้ระวังฝนตกหนักและน้ำป่าไหลหลาก



C010 พื้นที่ที่ได้รับผลกระทบเฉพาะแห่งหมายถึง ชาวที่นำเสนอประเด็นอุทกภัย โดยเจาะจงในพื้นที่ดังกล่าว

ตัวอย่าง

1. ชาวบ้านอ.เมือง จ.นครศรีธรรมราช ได้รับผลกระทบจากน้ำป่าที่ไหลมาสมทบ
2. ชาวบ้าน อ.เมือง จ.สงขลา ได้รับผลกระทบจากน้ำสูงราว 1-2 เมตร

C011 การอพยพ

ตัวอย่าง

1. ขณะนี้อำเภอทุ่งสงมีมวลน้ำที่สูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ขอให้ประชาชนในพื้นที่ เฝ้าระวังอย่างใกล้ชิดและถ้าสถานการณ์ไม่ดีขึ้นให้ประชาชนอพยพไปยังศูนย์พักพิง
2. โรงพยาบาลในอำเภอท่าเรือได้มีการเคลื่อนย้ายผู้ป่วยบางส่วนไปยังโรงพยาบาลในตัวเมือง
3. อำเภอเมือง จ.นครศรีธรรมราช ประกาศเป็นพื้นที่สีแดง



C012 ระดับน้ำหมายถึง ในเนื้อหาข่าวจะมีการพูดถึงระดับน้ำที่เซนติเมตรหรือกิโลเมตรก็ได้  
ตัวอย่าง

1. ขณะนี้ อ.เมือง จ.ปัตตานี มีน้ำท่วมสูง 2 เมตร
2. อ.ท่าไร่ มีน้ำท่วมสูง
3. อ.สะบ้าย้อย มีน้ำลดลงจาก 2 วันก่อน

C013 สภาพน้ำ มี 3 แบบได้แก่ 1.น้ำไหลบ่า 2.น้ำไหลไม่แรง 3.น้ำนิ่ง  
ตัวอย่าง น้ำไหลบ่า



ตัวอย่างน้ำไหลไม่แรง



ตัวอย่างน้ำนิ่ง



C014 ปัญหาหาคมนาคมหมายถึง การสัญจรที่เป็นไปอย่างยากลำบากในวิถีโอบอ้อมใช้เรือหรือรถ  
 ทหารในกรณีสัญจร  
 ตัวอย่าง



C015 การปิดสถานที่ต่าง ๆ หมายถึง การปิดสถานที่ราชการและสถานที่อื่น ๆ

ตัวอย่าง

1. โรงเรียนในตัว. เมือง จ.ยะลา ปิดทำการสอนเนื่องจากมีน้ำท่วมสูง นักเรียนไม่สามารถเดินทางมาเรียนได้

2. มีการปิดน้ำตก ไม่ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเล่นน้ำเพราะอาจเกิดอันตรายได้

C016 ดินถล่ม

ตัวอย่าง



C017 ภาพทรัพย์สินเสียหาย เช่น ไร่นา ยานพาหนะและบ้านเรือน

ตัวอย่างไร่นาเสียหาย



ตัวอย่างยานพาหนะเสียหาย



ตัวอย่างบ้านเรือนเสียหาย



### ส่วนที่ 3 การนำเสนอบทบาทของผู้ประกาศข่าว

C018 การให้คำแนะนำในการเอาตัวรอดจากอุทกภัย

ตัวอย่าง

1. เมื่อเกิดน้ำท่วมให้ประชาชนรีบตัดไฟบริเวณชั้นล่างเพื่อป้องกันไฟดูด
2. ผู้ที่จำเป็นต้องลงน้ำให้เช็คว่าตัวเองมีบาดแผลหรือไม่ เพื่อระวังโรคฉี่หนู
3. ประชาชนควรหลีกเลี่ยงเส้นทางสายใต้เพราะขณะนี้เกิดน้ำท่วมสูง

C019 ขอให้รายงานสถานการณ์เข้ามาหมายถึง ผู้ประกาศข่าวได้ขอให้ประชาชนที่กำลังประสบภัย  
รายงานสถานการณ์เข้ามาว่าขณะนี้เป็นอย่างไบบ้าง  
ตัวอย่าง



C020 ผู้ประกาศข่าวให้กำลังใจผู้ประสบภัย

ตัวอย่าง

1. ขอส่งกำลังใจให้ผู้ประสบภัยขอให้ทุกคนปลอดภัยครับ/ค่ะ
2. ขอให้ประชาชนในพื้นที่เสี่ยงภัยไม่เป็นอะไรนะครับ/ค่ะ

C021 ผู้ประกาศข่าวใช้คำขยาย

ตัวอย่าง

1. โอ้โหแรงมากเลยครับท่านผู้ชม
2. ถ้าระดับน้ำสูงมากกว่าปีที่แล้วจะทำให้ได้รับความเดือดร้อนอย่างหนักค่ะ
3. นครศรีธรรมราชจะหนักสุดเลยนะคะ 12 อำเภอ
4. เตือนคุณผู้ชมนะคะตกหนักถึงหนักมาก
5. น้ำท่วมสูงมาก
6. น้ำลึกมากๆ

\*ในข้อนี้อาจจะต้องทบทวนคลิป 2-3 ครั้ง เพราะในบางคลิปผู้ประกาศข่าวใช้เสียงเบาและทางผู้ลง  
รหัสอาจจะได้สังเกตุดำพุดนั้น



## C022 ประชาชนใช้คำขยาย

ตัวอย่าง

1. ประชาชนพูดว่า น้ำท่วมหนักมากๆ น้ำป่าไหลหลากน่ากลัวมากๆเลย
2. อยู่บ้านเพื่อนไปอยู่บ้านที่สูงๆ
3. รถตกน้ำดังตุบเลย

\*ข้อนี้จะสังเกตได้จากคลิปที่มีการสัมภาษณ์ประชาชน

\*ข้อนี้อาจจะต้องทบทวนคลิป 2-3 ครั้ง เพราะในบางคลิปประชาชนใช้เสียงเบาและทางผู้ลงรหัส อาจจะได้ไม่ได้สังเกตคำพูดนั้น

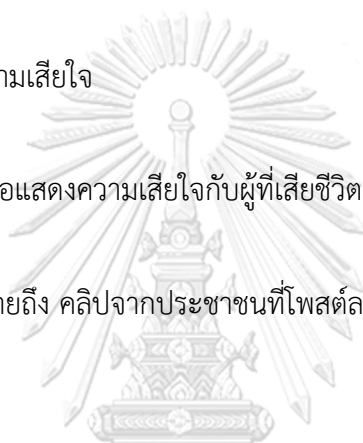
## C023 ผู้ประกาศข่าวแสดงความเสียใจ

ตัวอย่าง

ประกาศข่าวพูดว่า ขอแสดงความเสียใจกับผู้ที่เสียชีวิตด้วยนะครับ/ค่ะ

## C024 คลิปจากประชาชนหมายถึง คลิปจากประชาชนที่โพสต์ลงในสื่อสังคมออนไลน์

ตัวอย่าง



อ้างอิงเจ้าของคลิป



C025 การสัมภาษณ์หมายถึง การสัมภาษณ์บุคคลต่าง ๆ เช่น ผู้ประสบภัย รัฐบาล ฝ่ายค้าน และ  
หน่วยงานราชการ  
ตัวอย่างผู้ประสบภัย



ตัวอย่างรัฐบาล



ตัวอย่างฝ่ายค้าน



ตัวอย่างหน่วยงานราชการ



C026 ประชาชนวิจารณ์รัฐบาล

ตัวอย่าง





C027 ชุมชนถูกละเลย

ตัวอย่าง

ผู้ประกาศข่าวรายงานข่าวว่า ชุมชนนี้ไม่ได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานใดเป็นเวลากว่า 2 สัปดาห์

C028 ภาพลักษณ์เชิงบวกดาราคา



C029 สรุปลยอดความเสียหาย หมายถึง ผู้ประกาศข่าวได้ทำการสรุปเนื้อหาเหตุการณ์อุทกภัย

ตัวอย่าง

วันที่ 4 ธ.ค. มีผู้เสียชีวิตจากเหตุการณ์อุทกภัย 15 ราย และบาดเจ็บอีก 30 ราย บ้านเรือนเสียหายกว่า 3 หมื่น หลังคาเรือน มูลค่าความเสียหายราว 8 หมื่น ล้านบาท

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 4 ข่าวที่มีเนื้อหาสะท้อนอารมณ์

C030 ประชาชนตื่นตระหนก

ตัวอย่าง

1. ชาวบ้านอ.ปากพนังหว่นน้ำท่วมสูง
2. ประชาชนในพื้นที่ ผวา จระเข้หลุดจากฟาร์ม

C031 อารมณ์ในเชิงบวกหมายถึง รอยยิ้มของผู้ประสบภัย

ตัวอย่าง



C032 อารมณ์ในเชิงลบหมายถึง สีหน้าเศร้าหมองของผู้ประสบภัยหรือกำลังร้องไห้

ตัวอย่าง



C033 ผู้เสียชีวิต

ตัวอย่าง



C034 ผู้บาดเจ็บ

ตัวอย่าง



C035 การช่วยเหลือคนที่วิกฤต เช่น ติดอยู่ท่ามกลางน้ำท่วม การทำ CPR และลอยคอ

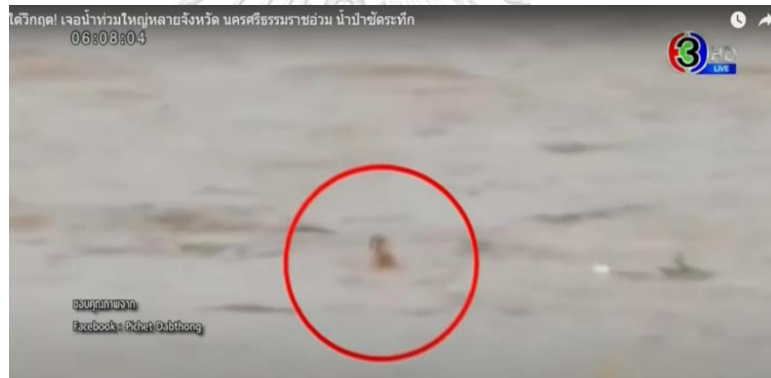
ตัวอย่างติดท่ามกลางน้ำท่วม



ตัวอย่าง การทำ CPR



ตัวอย่างลอยคอ



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY



ตารางที่ 40 ชื่อช่อง พาดหัวข่าวและความยาวคลิป

แหล่งข้อมูลคลิปการรายงานข่าว จดบันทึกข้อมูลเมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน พ.ศ.2565

ลำดับ	วันที่เผยแพร่	ชื่อช่อง	พาดหัวข่าว	ความยาว คลิป	การ รับชม	กด ถูกใจ	ความ คิดเห็น
1	9 พ.ย. 61	One 31	น้ำท่วมบางสะพานยังวิกฤติ	3:02	10,258	83	5
2	18 ธ.ค. 61	One 31	ชาวบ้านเครียดหลังน้ำท่วม	2:19	1,830	10	6
3	7 ม.ค.62	One 31	ชาวแหลมตะลุมพุกรำไห่ บ้าน พังท้งหลัง	3:27	887	7	5
4	18 ธ.ค.63	One 31	ชาวปากพนังหวั่นน้ำท่วมสูง	3:12	1,507	9	6
5	10 พ.ย.63	One 31	สถานกาดณ์น้ำท่วมบาง สะพาน	2:23	1,075	7	0
6	28 พ.ย.63	Ch3	เดือน 6 จังหวัดใต้ล่าง รับมือ น้ำป่า-คลื่นลมแรงอ่าวไทย อ.รัตภูมิ น้ำท่วมหนักในรอบ 10 ปี	2:41	23,587	252	33
7	29 พ.ย.63	Ch3	อุตุฯ ประกาศเตือน 30 พ.ย. - 3 ธ.ค. 'ภาคใต้' ฝนตกหนัก คลื่นลมแรง	2:52	8,511	44	3
8	30 พ.ย.63	Ch3	เดือน 12 จังหวัดภาคใต้ ฝน ระวังน้ำท่วมฉับพลัน - ชมวิถี ควายน้ำทะเลน้อย ถูกต้อนขึ้น จากทุ่งหลังน้ำท่วม	2:40	15,026	117	7
9	2 ธ.ค.63	Ch3	ภาคใต้อ่วม พัทลุง- นครศรีธรรมราช เจอน้ำป่าซัด - สุราษฎร์ฯ เจอดินสไลด์ทับ บ้านพัง	4:50	177,043	1,500	173
10	3 ธ.ค.63	Ch3	ใต้วิกฤต! เจอน้ำท่วมใหญ่ หลายจังหวัด นครศรีธรรมราช อ่วม น้ำป่าซัดระทึก	15:18	343,114	3,400	667

ลำดับ	วันที่เผยแพร่	ชื่อช่อง	พาดหัวข่าว	ความยาว คลิป	การรับชม	กด ถูกใจ	ความ คิดเห็น
11	3 ธ.ค.63	Ch3	กรมชลฯสรรูปน้ำท่วมใต้ เมือง คอนหมักสุด 12 อำเภอ เตือน ไต้ยั้งเจอฝนหนักถึง 4 ธ.ค.	0:37	3,771	14	0
12	4 ธ.ค.63	Ch3	ปก.เผยน้ำท่วมภาคไต้ยั้ง กระทบ 7 จังหวัด - เผยสาเหตุ น้ำท่วมใต้ หนักสุดในรอบ 30 ปี	2:29	7,175	45	5
13	4 ธ.ค.63	Ch3	น้ำท่วมภาคไต้ยั้งไม่คลี่คลาย ชาวบ้านจัดงานศพสุดทูลักทูละ - ตลาดค้าส่งจมนบาดาลใน 3 ชม.	2:50	4,713	17	5
14	4 ธ.ค.63	Ch3	น้ำท่วมเมืองคอน ยังอ่วม! ปชช. 5 แสนคนเดือดร้อน - นายกฯ เตรียมลงพื้นที่ 7 ธ.ค. นี้	2:21	5,800	33	5
15	4 ธ.ค.63	Ch3	น้ำป่าเทือกเขาบรรทัดไหลท่วม เมืองตรัง ล่าสูบน้ำเริ่มลดแล้ว	0:20	6,059	18	1
16	4 ธ.ค.63	Ch3	สุราษฎร์ฯ ประกาศเขตภัย พิบัติน้ำท่วม 9 อำเภอ - เจ้าของฟาร์ม หิวลูกวัวเลี้ยงบน บ้าน หลังเจอน้ำท่วม	0:59	36,502	201	25
17	5 ธ.ค.63	Ch3	สุราษฎร์ฯ เตรียมรับมวลน้ำ จากเมืองคอน เร่งติดตั้งเครื่อง ผลักดันน้ำ ระบายลงสู่ทะเล	1:41	6,387	29	2
18	5 ธ.ค.63	Ch3	ปก.สรรูปน้ำท่วมใต้ 7 จังหวัด ปชช.เดือดร้อนกว่า 3 แสนราย	0:30	5,514	12	9
19	5 ธ.ค.63	Ch3	นายกฯ เตรียมลงพื้นที่เมือง	0:44	7,294	35	13

ลำดับ	วันที่เผยแพร่	ชื่อช่อง	พาดหัวข่าว	ความยาว คลิป	การรับชม	กด ถูกใจ	ความ คิดเห็น
			คอน เเยียมผู้ประสบภัยน้ำท่วม				
			7 ธ.ค.นี้				
20	6 ธ.ค.63	Ch3	ตรัง-สุราษฎร์ฯ รับมือน้ำ นครศรีธรรมราช - ปรับพื้นที่ รอรับ 'ประยุทธ์' ลงตรวจเยี่ยม	3.53	9,656	72	22
			7 ธ.ค.นี้				
21	6 ธ.ค.63	Ch3	'โฟกัส' ถามลุง ปมรัฐเปิดรับ บริจาคน้ำท่วม 'รัชดา' ซี ปชช. จะได้ทำสิ่งดี ๆ ร่วมกัน ยันมีงบฯ ฉุกเฉิน	2.18	23,020	211	145
			น้ำท่วมได้ยังไม่คลี่คลาย	2.51	5,875	30	5
22	7 ธ.ค.63	Ch3	ชาวบ้านริมทะเลสาบสงขลาถูก ตัดขาด - ปัดตานีหลายจุดจม บาดาล				
			กรมอุตุฯ เตือนระวังพายุนอ ร้อน 'กรอวาญ' - ชาวบราฮีวาส ฝาน้ำท่วมไปเลือกตั้ง อบจ.	3.58	41,895	149	3
			ปัดตานี-บราฮีวาส เจอน้ำ ท่วมอ่วม บ้านเรือน-พื้นที่ เกษตร เสียหายวงกว้าง	1.33	6,475	32	17
24	22 ธ.ค.63	Ch3	เตือนภาคใต้ฝนเพิ่มขึ้น ตก หนักบางแห่ง - ปัดตานีจม บาดาล ต้องประกาศปิด รร.	0.55	7,599	46	17
25	24 ธ.ค.63	Ch3	สงใจไปได้! เจอฝนถล่ม น้ำป่า ซัดหลายจังหวัด สลด ใ้จมน้ำ ตายยกเล้า 2,800 ตัว	3.56	15,972	116	17
26	7 ม.ค.64	Ch3	ภาคใต้ยังน้ำท่วม จมบาดาล	2.28	15,510	87	17
27	8 ม.ค.64	Ch3					



ลำดับ	วันที่เผยแพร่	ชื่อช่อง	พาดหัวข่าว	ความยาวคลิป	การรับชม	กดถูกใจ	ความคิดเห็น
			หลายจังหวัด ยะลาหนักสุดในรอบ 33 ปี				
28	9 ม.ค.64	Ch3	ภาคใต้ยังอ่วม! น้ำท่วมไม่คลี่คลาย - สงขลา น้ำแรง แม่ลูกถูกน้ำซัด ฮีโร่โตช่วยไว้ได้แค่มแม่	2.21	4,543	30	7
29	11 ม.ค.64	Ch3	3 ชายแดนใต้ ปัตตานี-ยะลา-นราธิวาส วิกฤต เจอน้ำท่วมหนัก ล่าสุดยังไม่คลี่คลาย	2.47	61,526	453	61
30	14 ม.ค.64	Ch3	คลื่นลมแรงซัดชายฝั่งชุมพร - น้ำท่วมปัตตานียังอ่วม บางจุดยังท่วมสูง	1.00	7,964	39	4
31	2 ธ.ค.63	AMARIN TV	"เงินนี้ ได้หมดถ้าสดชื่น" คิวัก 5 หมื่น ช่วยผู้ประสบภัยท่วมได้	3.12	7,346	159	66
32	3 ธ.ค.63	AMARIN TV	น้ำท่วมฉับพลันถล่มภาคใต้ อ่วม ปชช.ไร้ที่กินนอน	3.37	7,107	84	14
33	3 ธ.ค.63	AMARIN TV	สัญญาณดี! ฝนหยุดท้องฟ้าเปิด น้ำเมืองนครเริ่มลด	3.55	7,257	65	11
34	4 ธ.ค.63	AMARIN TV	บึกตู่ เตரியมลงใต้ดูสถานการณ์ น้ำท่วมวันจันทร์นี้ ลุงป้อมบอกติดงานภาคเหนือ	2.12	6,269	63	21
35	6 ธ.ค.63	AMARIN TV	"อมรินทร์ทีวี" ส่งต่อน้ำใจคนไทย นำถุงยังชีพมอบชาวบ้าน	7.30	7,985	160	28
36	6 ธ.ค.63	AMARIN TV	ชาวบ้านผวา! กระจกหลุดจากศูนย์ประมงหนีน้ำท่วม	5.31	8,240	82	19
37	6 ธ.ค.63	AMARIN TV	อดอีกนับเดือน! น้ำท่วมนครฯ	16.23	142,533	1,900	425

ลำดับ	วันที่เผยแพร่	ชื่อช่อง	พาดหัวข่าว	ความยาวคลิป	การเข้าชม	กดถูกใจ	ความคิดเห็น
			ผู้คนไร้เงินขอข้าวสารเลี้ยงชีพ ซึ่งผู้ชมสละเงินช่วย				
38	6 ธ.ค.63	AMARIN TV	น้ำท่วมตรังหนักสุดรอบ 10 ปี วัดเตือดร้อนเผาศพไม่ได้	7.19	3,171	32	2
39	13 ธ.ค.63	AMARIN TV	ช่วยถึงที่! “เปิ้ล นาคร” ลง พื้นที่ช่วยน้ำท่วมสุราษฎร์ธานี	1.10	1,729	75	1
40	6 ธ.ค.63	The Standard	สำรวจ ‘นครศรีธรรมราช’ ใน วันที่น้ำท่วมหลากทั้ง 23 อำเภอ	3.15	6,708	74	14
41	6 ธ.ค.63	The Standard	เกาะติดสถานการณ์ #น้ำท่วม นครศรีธรรมราช ที่ศูนย์พักพิง ชั่วคราว โรงเรียนเทศบาลวัด เสมาเมือง	16.47	2,481	56	20
42	6 ธ.ค.63	The Standard	รายงานสถานการณ์ #น้ำท่วม นครศรีธรรมราช บริเวณรอบ สนามบินนครศรีธรรมราช	18.45	966	11	3
43	3 ธ.ค.63	The Reporter	ติดตามสถานการณ์น้ำท่วม จังหวัดนครศรีธรรมราช	2.37	339	15	1
44	5 ธ.ค.63	The Reporter	ภาคเอกชนสนับสนุนห้องพัก และแจกจ่ายอาหารให้แก่ ผู้ประสบภัยน้ำท่วม จ. นครศรีธรรมราช	3.07	272	9	2
45	30 ธ.ค.63	The Reporter	รมช.คมนาคม เร่งรัดงาน ก่อสร้างคันทางส่งผลให้ สนามบินนครศรีธรรมราชรอด น้ำท่วมใหญ่ปี 63 ที่ผ่านมา	3.36	318	7	0
46	2 ธ.ค.63	อีจัน	น้ำป่า ถล่ม ศิริวงอ่วม	5.53	51,109	649	99

ลำดับ	วันที่เผยแพร่	ชื่อช่อง	พาดหัวข่าว	ความยาว คลิป	การรับชม	กด ถูกใจ	ความ คิดเห็น
47	7 ธ.ค.63	อีจัน	Live ช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วมขังเมืองคอน	16.18	260	2	0
48	16 พ.ย.64	อีจัน	Live โรงครัวลุงอีจัน วันสุดท้าย	9.50	700	28	3
49	13 พ.ย.64	อีจัน	Live โรงครัวลุงอีจัน เตรียมยกทัพช่วยน้ำท่วม	9.16	998	37	4
50	2 ธ.ค. 63	Thai PBS	น้ำท่วมใกล้โรงพยาบาลมหาราชนครศรีธรรมราช ระดับน้ำสูง 1 เมตร	7.15	4,039	40	2
51	2 ธ.ค. 63	Thai PBS	แจ้งเตือนน้ำท่วม ชงแดง เขตเทศบาลนครนครศรีธรรมราช	4.53	5,638	31	2
52	2 ธ.ค. 63	Thai PBS	สถานการณ์น้ำท่วมสิงหนครยังวิกฤต	2.01	7,519	50	0
53	3 ธ.ค. 63	Thai PBS	วิกฤตน้ำท่วมภาคใต้	2.32	3,944	26	0
54	4 ธ.ค. 63	Thai PBS	ความพร้อมศูนย์อพยพเทศบาลนครนครศรีธรรมราช	3.29	4,169	33	3
55	4 ธ.ค. 63	Thai PBS	เกาะติดสถานการณ์น้ำท่วมภาคใต้	12.05	4,984	39	4
56	4 ธ.ค. 63	Thai PBS	กองทัพบก กับภารกิจช่วยน้ำท่วม	2.37	910	7	0
57	4 ธ.ค. 63	Thai PBS	นายกฯ เร่งช่วยน้ำท่วมใต้	1.09	1,570	11	2
58	4 ธ.ค. 63	Thai PBS	นายกฯ เร่งช่วยน้ำท่วมใต้	1.21	710	6	4
59	6 ธ.ค. 63	Thai PBS	เร่งเยียวยาเกษตรกรเสียหายจากน้ำท่วม จ.นครศรีธรรมราช	6.51	566	4	0
60	7 ธ.ค. 63	Thai PBS	น้ำท่วมภาคใต้ยังไม่คลี่คลาย	6.16	5,023	28	5
61	8 ธ.ค. 63	Thai PBS	สถานการณ์น้ำท่วมใต้	4.18	933	4	3
62	17 ธ.ค. 63	Thai PBS	ส่งข่าวสาร 1 ตันช่วยน้ำท่วม	2.53	379	6	2

ลำดับ	วันที่เผยแพร่	ชื่อช่อง	พาดหัวข่าว	ความยาว คลิป	การรับชม	กด ถูกใจ	ความ คิดเห็น
			ภาคใต้				
63	11 ม.ค. 64	Thai PBS	น้ำท่วมเขตเศรษฐกิจชั้นใน อ. เมือง ปัตตานี	3.53	12,956	88	4
64	13 ม.ค. 64	Thai PBS	เกาะติดสถานการณ์น้ำท่วมใน จังหวัดปัตตานี	4.02	4,191	25	6

ดู URL ของแต่ละข่าวในภาคผนวก 5



## ภาคผนวก 5

## ยูอาร์แอลของข่าวที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยแสดงยูอาร์แอลในการวิจัยครั้งนี้ โดยเรียงลำดับตามลำดับของข่าวที่ปรากฏในภาคผนวกที่ 4

ตารางที่ 41 ยูอาร์แอลของกลุ่มตัวอย่าง

ลำดับ	ยูอาร์แอล
1	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Oag1hDOwENE">https://www.youtube.com/watch?v=Oag1hDOwENE</a>
2	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=W3E-Z8CeDgM">https://www.youtube.com/watch?v=W3E-Z8CeDgM</a>
3	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=EC8GeOlfNME">https://www.youtube.com/watch?v=EC8GeOlfNME</a>
4	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=ECWdy9pzzqSw">https://www.youtube.com/watch?v=ECWdy9pzzqSw</a>
5	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=O-w1smDez-w&amp;t=4s">https://www.youtube.com/watch?v=O-w1smDez-w&amp;t=4s</a>
6	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=iEO7fSHud4E">https://www.youtube.com/watch?v=iEO7fSHud4E</a>
7	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=CsOgaiMkBFY">https://www.youtube.com/watch?v=CsOgaiMkBFY</a>
8	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=FWTvRdXHRis">https://www.youtube.com/watch?v=FWTvRdXHRis</a>
9	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Ls7XpD0RhEc">https://www.youtube.com/watch?v=Ls7XpD0RhEc</a>
10	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=spEuxScFfC8">https://www.youtube.com/watch?v=spEuxScFfC8</a>
11	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=tayVhq09PuU">https://www.youtube.com/watch?v=tayVhq09PuU</a>
12	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=T0wfxOIIAtM">https://www.youtube.com/watch?v=T0wfxOIIAtM</a>
13	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=ateQtY_t-vc">https://www.youtube.com/watch?v=ateQtY_t-vc</a>
14	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=WBM2k3VNC5c">https://www.youtube.com/watch?v=WBM2k3VNC5c</a>
15	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=9mjtUQILb2o">https://www.youtube.com/watch?v=9mjtUQILb2o</a>
16	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=ddWlqF0QNSg">https://www.youtube.com/watch?v=ddWlqF0QNSg</a>
17	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=T5zR4aVB7Lo">https://www.youtube.com/watch?v=T5zR4aVB7Lo</a>
18	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=pXXPudJv2vU">https://www.youtube.com/watch?v=pXXPudJv2vU</a>
19	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=MyjZ-fBR3CU">https://www.youtube.com/watch?v=MyjZ-fBR3CU</a>
20	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Nkl0rAGzf2U">https://www.youtube.com/watch?v=Nkl0rAGzf2U</a>
21	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=cqZMlRGuxSl&amp;t=14s">https://www.youtube.com/watch?v=cqZMlRGuxSl&amp;t=14s</a>
22	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=z68TxcyxPEY&amp;t=3s">https://www.youtube.com/watch?v=z68TxcyxPEY&amp;t=3s</a>

ลำดับ	ยูอาร์แอล
23	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=DLTIDLpLYjs">https://www.youtube.com/watch?v=DLTIDLpLYjs</a>
24	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=CA7a9s6xITQ&amp;t=1s">https://www.youtube.com/watch?v=CA7a9s6xITQ&amp;t=1s</a>
25	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Jy9W9ViNMi0">https://www.youtube.com/watch?v=Jy9W9ViNMi0</a>
26	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=F6omcXd3nnM&amp;t=4s">https://www.youtube.com/watch?v=F6omcXd3nnM&amp;t=4s</a>
27	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=d9t6aVXyuWY">https://www.youtube.com/watch?v=d9t6aVXyuWY</a>
28	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=aj9j-Sje934&amp;t=4s">https://www.youtube.com/watch?v=aj9j-Sje934&amp;t=4s</a>
29	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=TRQTTfysFLc">https://www.youtube.com/watch?v=TRQTTfysFLc</a>
30	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=yenJaLRMoVU">https://www.youtube.com/watch?v=yenJaLRMoVU</a>
31	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=3JsyE9MUsDc&amp;t=2s">https://www.youtube.com/watch?v=3JsyE9MUsDc&amp;t=2s</a>
32	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=19WxU9c749g&amp;t=1s">https://www.youtube.com/watch?v=19WxU9c749g&amp;t=1s</a>
33	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=nK8aeN9Ptc4&amp;t=2s">https://www.youtube.com/watch?v=nK8aeN9Ptc4&amp;t=2s</a>
34	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=n_Ra_HGUcNU&amp;t=1s">https://www.youtube.com/watch?v=n_Ra_HGUcNU&amp;t=1s</a>
35	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=5MpfaP3GqRk">https://www.youtube.com/watch?v=5MpfaP3GqRk</a>
36	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=0WqrEtcS9Cw">https://www.youtube.com/watch?v=0WqrEtcS9Cw</a>
37	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=jjwwGdwhqn4">https://www.youtube.com/watch?v=jjwwGdwhqn4</a>
38	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=rHLB0reillc&amp;t=1s">https://www.youtube.com/watch?v=rHLB0reillc&amp;t=1s</a>
39	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=pTgOYDpHZgw&amp;t=3s">https://www.youtube.com/watch?v=pTgOYDpHZgw&amp;t=3s</a>
40	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Z_pgy3cZtKl">https://www.youtube.com/watch?v=Z_pgy3cZtKl</a>
41	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=jDDdj4KntTU">https://www.youtube.com/watch?v=jDDdj4KntTU</a>
42	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=QM5erItMniQ&amp;t=256s">https://www.youtube.com/watch?v=QM5erItMniQ&amp;t=256s</a>
43	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=mkdOYpVws4c">https://www.youtube.com/watch?v=mkdOYpVws4c</a>
44	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=XEd64nwh6yo&amp;t=4s">https://www.youtube.com/watch?v=XEd64nwh6yo&amp;t=4s</a>
45	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=imKtcBQ-chU">https://www.youtube.com/watch?v=imKtcBQ-chU</a>
46	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=gp49btTu8uU&amp;t=28s">https://www.youtube.com/watch?v=gp49btTu8uU&amp;t=28s</a>
47	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=8lwz_fpoqL4&amp;t=1s">https://www.youtube.com/watch?v=8lwz_fpoqL4&amp;t=1s</a>
48	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=xp-GclAIAAQ">https://www.youtube.com/watch?v=xp-GclAIAAQ</a>
49	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Wah_nUvr4Z0">https://www.youtube.com/watch?v=Wah_nUvr4Z0</a>
50	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=bcFMZqM3jog">https://www.youtube.com/watch?v=bcFMZqM3jog</a>
51	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=gRFvAQAABSo">https://www.youtube.com/watch?v=gRFvAQAABSo</a>
52	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=ws6MitUcc3l">https://www.youtube.com/watch?v=ws6MitUcc3l</a>

ลำดับ	ยูอาร์แอล
53	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=PAzlooVjDP0&amp;t=10s">https://www.youtube.com/watch?v=PAzlooVjDP0&amp;t=10s</a>
54	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=6G48Gmu6bWg">https://www.youtube.com/watch?v=6G48Gmu6bWg</a>
55	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=F_0deaVHX7U">https://www.youtube.com/watch?v=F_0deaVHX7U</a>
56	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=tR_XLYHeptg">https://www.youtube.com/watch?v=tR_XLYHeptg</a>
57	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=geYlxzSY60U">https://www.youtube.com/watch?v=geYlxzSY60U</a>
58	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=_bPI7y5sJbs">https://www.youtube.com/watch?v=_bPI7y5sJbs</a>
59	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=KV0ji-v9f8I">https://www.youtube.com/watch?v=KV0ji-v9f8I</a>
60	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=e_ltrphIYTk&amp;t=43s">https://www.youtube.com/watch?v=e_ltrphIYTk&amp;t=43s</a>
61	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=wMhz5nhnkQI">https://www.youtube.com/watch?v=wMhz5nhnkQI</a>
62	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=DUipAamPEWI&amp;t=2s">https://www.youtube.com/watch?v=DUipAamPEWI&amp;t=2s</a>
63	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=cw9qObKlbtE&amp;t=4s">https://www.youtube.com/watch?v=cw9qObKlbtE&amp;t=4s</a>
64	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Ua9_3VXsvBA&amp;t=2s">https://www.youtube.com/watch?v=Ua9_3VXsvBA&amp;t=2s</a>







ตารางที่ 42 แสดงค่าสหสัมพันธ์จากการทดสอบความเที่ยงระหว่างผู้ลงรหัสจำนวน 3 คน

ชื่อหัวข้อ	ค่าสหสัมพันธ์				
	ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2	ครั้งที่ 3	ครั้งที่ 4	ครั้งที่ 5
พาดหัวแบบให้ข้อมูล	-	-	0.192	0.87	1
พาดหัวแบบหือหว่า	-	-	0.635	0.87	1
ผู้สื่อข่าวใช้คำขยาย	0.043	0.431	0.192	0.212	0.949
ประชาชนใช้คำขยาย	0.061	0.007	0.424	0.276	1
ผู้สื่อข่าวแสดงความ คิดเห็นลงไป	0.196	0.292	1	1	1
ตั้งคำถามผู้มีอำนาจ / รัฐ	0.585	1	0.494	1	1
ตั้งคำถามผู้มีอำนาจ / ฝ่ายค้าน	1	1	1	1	1
ตั้งคำถามผู้มีอำนาจ / ราชการ	-	-	0.494	1	1
ตั้งคำถามผู้มีอำนาจ / ไม่ มี	0.419	1	4.94	1	1
ประชาชนวิจารณ์รัฐบาล	1	1	1	1	1
สัมภาษณ์ / รัฐ	-0.006	1	1	1	1
สัมภาษณ์ / ฝ่ายค้าน	0.245	1	1	1	1
สัมภาษณ์ / ราชการ	0.312	1	0.494	1	1
สัมภาษณ์ / ไม่มี	0.627	1	0.494	1	1
ความขัดแย้งรัฐปชช	0.484	1	0.79	1	1
ประชาชนวิจารณ์รัฐบาล	-0.031	0.741	1	1	1
เสนอข่าวเชิงบวกให้รัฐ	0.703	0.456	0.727	1	1
เสนอข่าวเชิงบวกคนรวย	0.608	1	1	1	1
เสนอข่าวภาพลักษณ์เชิง บวกดารา	1	1	1	1	1
ความสำเร็จโครงการรัฐ	0.478	1	1	1	1
การเปรียบเทียบประเทศ อื่น ๆ	0.295	1	1	1	1

ชื่อหัวข้อ	ค่าสหสัมพันธ์				
	ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2	ครั้งที่ 3	ครั้งที่ 4	ครั้งที่ 5
การให้คำแนะนำในการ เอาตัวรอดจากอุทกภัย	0.182	0.238	0.616	1	1
การเรียกร้อง	0.273	0.232	0.222	1	1
ชุมชนถูกละเลย	0.024	0.106	1	0.645	0.863
อารมณ์ในเชิงบวก	0.59	0.236	0.454	1	1
อารมณ์ในเชิงลบ	0.745	0.28	1	1	1
ภาพวิดีโอผู้เสียชีวิต	0.455	0.223	0.635	1	1
ภาพวิดีโอผู้บาดเจ็บ	-0.031	0.741	0.494	1	1
กล่าวถึงผู้เสียชีวิตไม่มี ภาพวิดีโอ	0.354	0.589	0.494	0.483	0.808
กล่าวถึงผู้บาดเจ็บไม่มี ภาพวิดีโอ	0.448	1	1	1	1
ระดับน้ำ	0.361	0.602	0.471	0.395	0.812
ภาพน้ำไหลป่า	0.156	0.442	1	0.915	1
ภาพน้ำไหลไม่ค่อยแรง	-	-	0.858	0.52	0.805
ภาพน้ำใน นิ่ง	-0.012	0.628	0.527	0.481	0.882
ไม่มีภาพน้ำ	0.259	0.728	0.551	0.276	0.846
ผู้ประสบภัย	-0.006	1	1	1	-
ช่วยเหลือนาที่วิกฤต / ลอยคอ	0.117	1	1	1	1
ช่วยเหลือนาที่วิกฤต / ติดบนรถ	0.519	0.58	1	1	1
ช่วยเหลือนาที่วิกฤต / ติดค้าง	0.271	-0.036	-0.025	1	1
ช่วยเหลือนาที่วิกฤต / การทำ การทำ CPR	-	-	0.494	1	1
ไม่มีภาพช่วยเหลือนาที่ วิกฤต	0.728	0.218	0.113	1	1

ชื่อหัวข้อ	ค่าสหสัมพันธ์				
	ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2	ครั้งที่ 3	ครั้งที่ 4	ครั้งที่ 5
ภาพรวมความเสียหาย	0.248	0.102	1	1	1
บ้านเรือน					
การอพยพ	0.386	0.703	0.788	0.546	0.885
ดินตระหนก	0.342	0.732	0.417	0.215	0.863
พื้นที่เสียหาย	0.289	0.741	0.454	0.468	0.888
สรุปความเสียหาย	0.359	0.344	0.682	0.945	1
ปัญหาคมนาคม	0.53	0.455	0.53	0.078	1
ปิดสถานที่ต่าง ๆ	0.191	0.665	0.69	0.317	0.897
การมีส่วนร่วมของ	0.059	0.106	0.494	1	1
ประชาชนในการรับมือ					
บทบาทในการบรรเทา	0.612	0.292	-0.025	1	1
อุทกภัย / รัฐบาล					
บทบาทในการบรรเทา			1	1	1
อุทกภัย / ฝ่ายค้าน					
บทบาทหน่วยงานในการ	0.499	0.663	0.64	0.888	1
บรรเทาอุทกภัย / ทหาร					
บทบาทหน่วยงานในการ	0.687	0.39	0.538	1	1
บรรเทาอุทกภัย /					
ราชการ					
บทบาทหน่วยงานในการ			0.222	1	1
บรรเทาอุทกภัย / เอกชน					
บทบาทหน่วยงานในการ			0.494	1	1
บรรเทาอุทกภัย / กู้ภัย					
บทบาทหน่วยงานในการ	0.745	0.543	0.55	1	1
บรรเทาอุทกภัย / ไม่มี					
มาตรการในการบรรเทา	-	-	-	-	0.875
อุทกภัยรวมกัน					
มาตรการระยะสั้น	0.519	0.299	0.481	0.287	1

ชื่อหัวข้อ	ค่าสหสัมพันธ์				
	ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2	ครั้งที่ 3	ครั้งที่ 4	ครั้งที่ 5
มาตรการระยะยาว	0.497	0.646	0.631	0.808	1
กด Subscribe ท้ายคลิป	0.336	0.386	0.59	1	1
ส่งกำลังใจ	0.683	0.886	0.835	0.947	1
แสดงความเสียใจ	0.683	1	0.317	1	1
ให้ผู้ชมรายงาน	-0.012	0.665	0.888	0.863	1
สถานการณ์เข้ามา					
นำเสนอคลิปจาก	0.703	0.51	0.317	0.897	1
ประชาชน					
นำเสนอความคิดเห็น	0.307	-0.012	1	1	1
ประชาชน					
สัมภาษณ์ผู้ได้รับ	0.38	0.621	0.741	0.875	1
ผลกระทบ					
ประกาศเตือนภัย	0.245	0.442	0.899	0.606	0.899
การแสดงความ	1	-	-	-	-
เสียหายรวม					
ผลกระทบต่อเนื่องรวม	0.828	-	-	-	-
ชุมชนฟื้นคืนได้เร็ว	-	-	-	-	1
การแสดงความ	-	-0.012	1	1	1
เสียหาย / สัตว์เลี้ยง					
การแสดงความ	-	1	1	1	1
เสียหาย / ปศุสัตว์					
บ้านเรือนเสียหาย	-	0.443	0.658	1	1
การแสดงความ	-	-	1	1	1
เสียหาย / รถ					
การแสดงความ	-	-	0.384	0.863	1
เสียหาย / ไร่สวน					
การแสดงความ	-	0.33	0.688	1	1
เสียหาย / ไม่มี					

ชื่อหัวข้อ	ค่าสหสัมพันธ์				
	ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2	ครั้งที่ 3	ครั้งที่ 4	ครั้งที่ 5
กระทบต่อเนื้อ / ไฟดูด	-	0.575	1	1	1
ผลกระทบต่อน้อง / ดิน ถล่ม	-	-	-	-	1
ผลกระทบต่อน้อง / สัตว์มีพิษ	-	1	1	1	1
ผลกระทบต่อน้อง / โรค ต่างๆ	-	1	1	1	1
ผลกระทบต่อน้อง / ไม่มี	-	1	1	1	1

\*หมายเหตุ ช่องว่าง หมายถึง เป็นข้อที่ไม่มีการลงรหัส เนื่องจากในระหว่างการลงรหัสยังมีการปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมข้อนั้นอยู่

ครั้งที่ 1 ดำเนินการช่วงวันที่ 23 สิงหาคม พ.ศ.2565

ครั้งที่ 2 ดำเนินการช่วงวันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ.2565

ครั้งที่ 3 ดำเนินการช่วงวันที่ 9 กันยายน พ.ศ.2565

ครั้งที่ 4 ดำเนินการช่วงวันที่ 20 กันยายน พ.ศ.2565

ครั้งที่ 5 ดำเนินการช่วงวันที่ 5 ตุลาคม พ.ศ.2565



ตารางที่ 43 แสดงค่าความเที่ยงหลังจากทำการวิเคราะห์เนื้อหา

ชื่อหัวข้อ	ค่าความเที่ยงหลังจากทำการวิเคราะห์เนื้อหา
จัดการปัญหาประจำวัน	1
การเรียกร้อง	1
ประชาชนถูกละเลย	1
ประชาชนยิ้ม	1
ประชาชนเศร้า	1
ภาพวิดีโอผู้เสียชีวิต	1
ภาพวิดีโอผู้บาดเจ็บ	1
กล่าวถึงผู้เสียชีวิตไม่มีภาพวิดีโอ	1
กล่าวถึงผู้บาดเจ็บไม่มีภาพวิดีโอ	1
ระดับน้ำ	1
สภาพน้ำในวิดีโอ / แรง	1
สภาพน้ำในวิดีโอ / ไม่ค่อยแรง	1
สภาพน้ำในวิดีโอ / นิ่ง	1
สภาพน้ำในวิดีโอ / ไม่มี	1
ผู้สูญหาย	1
ช่วยเหลือนาทีวิกฤต / ลอยคอ	1
ช่วยเหลือนาทีวิกฤต / ติดบนรถ	1
ช่วยเหลือนาทีวิกฤต / ติดค้าง	1
ช่วยเหลือนาทีวิกฤต / การทำ CPR	1
ช่วยเหลือนาทีวิกฤต / ไม่มี	1
ภาพรวมความเสียหายบ้านเรือน	1
การอพยพ	1
ดินทรชนก	1
พื้นที่เสียหาย	0.829
สรุปความเสียหาย	1
ปัญหาคมนาคม	1
ปิดสถานที่ราชการ	1
การมีส่วนร่วมของปชช.ในการรับมือ	1

ชื่อหัวข้อ	ค่าความเที่ยงหลังจากทำการวิเคราะห์เนื้อหา
บทบาทหน่วยงานในการบรรเทาอุทกภัย / รัฐบาล	0.829
บทบาทหน่วยงานในการบรรเทาอุทกภัย / ฝ่าย ค้ำ	1
บทบาทหน่วยงานในการบรรเทาอุทกภัย / ทหาร	1
บทบาทหน่วยงานในการบรรเทาอุทกภัย / ราชการ	1
บทบาทหน่วยงานในการบรรเทาอุทกภัย / เอกชน	1
บทบาทหน่วยงานในการบรรเทาอุทกภัย / กู้ภัย	1
บทบาทหน่วยงานในการบรรเทาอุทกภัย / ไม่มี	1
มาตรการในการบรรเทาอุทกภัยรวมกัน	1
มาตรการระยะสั้น	1
มาตรการระยะยาว	1
กด Subscribe ท้ายคลิป	1
ส่งกำลังใจ	1
แสดงความเสียใจ	1
ให้ผู้ชมรายงานสถานการณ์เข้ามา	1
นำเสนอคลิปปชช.	1
นำเสนอเมนต์ปชช.	1
สัมภาษณ์ผู้ได้รับผลกระทบ	0
การประกาศเตือนภัย	0.852
การแสดงผลภาพความเสียหายรวม	0.814
ผลกระทบต่อเนื่องรวม	1
ชุมชนฟื้นคืนได้เร็ว	1
การแสดงผลภาพความเสียหาย / สัตว์เลี้ยง	1
การแสดงผลภาพความเสียหาย / ปลูกสัตว์	1
การแสดงผลภาพความเสียหาย / บ้าน	1
การแสดงผลภาพความเสียหาย / รถ	1
การแสดงผลภาพความเสียหาย / ไร่สวน	1
การแสดงผลภาพความเสียหาย / ไม่มี	1



ชื่อหัวข้อ	ค่าความเที่ยงหลังจากทำการวิเคราะห์เนื้อหา
ผลกระทบต่อนื่อง / ไฟดูด	1
ผลกระทบต่อนื่อง / ดินถล่ม	1
ผลกระทบต่อนื่อง / สัตว์มีพิษ	1
ผลกระทบต่อนื่อง / โรคต่างๆ	1
ผลกระทบต่อนื่อง / ไม่มี	1

\* ดำเนินการช่วงวันที่ 2 พฤศจิกายน พ.ศ.2565



## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

ไทยพีบีเอส. (2566). รู้จักต้นแบบสื่อสาธารณะโลก และสื่อสาธารณะไทย THAI PBS. สืบค้นจาก <https://www.thaipbs.or.th/now/content/508>

ศูนย์พัฒนาการสื่อสารด้านภัยพิบัติ. (2565). เหตุผล ทำไม? ภาคใต้ ต้องเจอน้ำท่วมซ้ำซาก THAI PBS. สืบค้นจาก <https://dxc.thaipbs.or.th/เหตุผล-ทำไม-ภาคใต้/>

### ภาษาอังกฤษ

Belt, T. L., & Just, M. R. (2008). The local news story: Is quality a choice? *Political Communication*, 25(2), 194-215.

Bennett, W. L. (2016). *News: The politics of illusion*. University of Chicago Press.

Billings, A. C., & Young, B. D. (2015). Comparing flagship news programs: Women's sport coverage in ESPN's SportsCenter and FOX Sports 1's FOX Sports Live. *Electronic News*, 9(1), 3-16.

Boumans, J., Trilling, D., Vliegthart, R., & Boomgaarden, H. (2018). The agency makes the (online) news world go round: The impact of news agency content on print and online news. *International Journal of Communication*, 12, 22.

Bovitz, G. L., Druckman, J. N., & Lupia, A. (2002). When can a news organization lead public opinion?—Ideology versus market forces in decisions to make news. *Public choice*, 113(1), 127-155.

Cui, L., & Chu, L. (2021). YouTube videos related to the Fukushima nuclear disaster: content analysis. *JMIR public health and surveillance*, 7(6), e26481.

Fenton, N. (2010). NGOs, new media and the mainstream news: News from everywhere. *New media, old news: Journalism & democracy in the digital age*, 153-168.

García-Perdomo, V., Salaverria, R., Kilgo, D. K., & Harlow, S. (2018). To share or not to share: The influence of news values and topics on popular social media content in the United States, Brazil, and Argentina. *Journalism studies*, 19(8), 1180-1201.

- Harcup, T., & O’neill, D. (2017). What is news? News values revisited (again). *Journalism Studies*, 18(12), 1470-1488.
- Higuchi, A. (2021). Toward more integrated utilizations of geostationary satellite data for disaster management and risk mitigation. *Remote Sensing*, 13(8), 1553.
- Houston, J. B., Pfefferbaum, B., & Rosenholtz, C. E. (2012). Disaster news: Framing and frame changing in coverage of major US natural disasters, 2000–2010. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 89(4), 606-623.
- Ifantidou, E. (2009). Newspaper headlines and relevance: Ad hoc concepts in ad hoc contexts. *Journal of Pragmatics*, 41(4), 699-720.
- Ilan, J. (2021). We now go live: Digital live-news technologies and the “reinvention of live” in professional tv news broadcasting. *Digital Journalism*, 9(4), 481-499.
- Jakubowicz, K. (2007). Public Service Broadcasting in the 21st century. *From public service broadcasting to public service media. RIPE@ 2007*, 29-49.
- Kalogeropoulos, A., Cherubini, F., & Newman, N. (2016). The future of online news video. *Digital News Project*.
- Kim, A., & Dennis, A. (2018). Says who?: How news presentation format influences perceived believability and the engagement level of social media users.
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage publications.
- Ksiazek, T. B., Peer, L., & Lessard, K. (2016). User engagement with online news: Conceptualizing interactivity and exploring the relationship between online news videos and user comments. *New media & society*, 18(3), 502-520.
- Lai, C.-H., & Tang, T. (2018). From information behaviors to disaster preparedness: Navigating individuals' general and disaster curation in US, China, and Australia. *Computers in Human Behavior*, 88, 37-46.
- Larsen, R. D. (1985). Box-and-whisker plots. *Journal of Chemical Education*, 62(4), 302.
- Lavell, A., & Maskrey, A. (2014). The future of disaster risk management. *Environmental Hazards*, 13(4), 267-280.
- Mellado, C. (2015). Professional roles in news content: Six dimensions of journalistic role performance. *Journalism Studies*, 16(4), 596-614.
- Mellado, C., & Lagos, C. (2014). Professional roles in news content: Analyzing journalistic

- performance in the Chilean national press. *International Journal of Communication*, 8, 23.
- Mitchelstein, E., & Boczkowski, P. J. (2009). Between tradition and change: A review of recent research on online news production. *Journalism*, 10(5), 562-586.
- Montgomery, M. (2008). The discourse of the broadcast news interview: A typology. *Journalism Studies*, 9(2), 260-277.
- Ngai, C. S. B., Singh, R. G., Lu, W., & Koon, A. C. (2020). Grappling with the COVID-19 health crisis: content analysis of communication strategies and their effects on public engagement on social media. *Journal of medical Internet research*, 22(8), e21360.
- Pantti, M. (2019). Crisis and disaster coverage. *The international encyclopedia of journalism studies*, 1-8.
- Rajendran, L., & Thesinghraj, P. (2014). The impact of new media on traditional media. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 22(4), 609-616.
- Rashid, H. (2011). Interpreting flood disasters and flood hazard perceptions from newspaper discourse: Tale of two floods in the Red River valley, Manitoba, Canada. *Applied Geography*, 31(1), 35-45.
- Sadaf, A. (2011). Public perception of media role. *International Journal of Humanities and Social Science*, 1(5), 228-236.
- Sari, R. N. C., Kriyantono, R., & Prianti, D. D. (2021). Pre-Disaster Communication on Online News Portal Tribunnews March 2020 Edition as Disaster Management Support. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 8(7).
- Shandraseharan, A., & Kulatunga, U. (2021). Social media for disaster management: the Sri Lankan context. *International Journal of Construction Management*, 1-14.
- Shuchman, M., & Wilkes, M. S. (1997). Medical scientists and health news reporting: a case of miscommunication. *Annals of Internal Medicine*, 126(12), 976-982.
- Soltani, F. (2015). Mass media and its role in increasing society's involvement in disaster management. *International Journal of Health System and Disaster Management*, 3(5), 12.
- Sun, D., & Zhao, G. (2023). The impact of Public Health Emergency (PHE) on the news dissemination strength: Evidence from Chinese-Speaking Vloggers on YouTube.

*Plos one*, 18(11), e0294665.

- UNDRR. (2023). *Disaster risk management* Retrieved 08 December 2023 from <https://www.undrr.org/terminology/disaster-risk-management>
- Uribe, R., & Gunter, B. (2007). Are Sensational News Stories More Likely to Trigger Viewers' Emotions than Non-Sensational News Stories? A Content Analysis of British TV News. *European journal of communication*, 22(2), 207-228.
- Wang, R., Stokes, N., Doran, W. P., Newman, E., Carthy, J., & Dunnion, J. (2005). Comparing topiary-style approaches to headline generation. European Conference on Information Retrieval,
- Wang, T.-L. (2012). Presentation and impact of market-driven journalism on sensationalism in global TV news. *International Communication Gazette*, 74(8), 711-727.
- Winsemius, H. C., Aerts, J. C., Van Beek, L. P., Bierkens, M. F., Bouwman, A., Jongman, B., Kwadijk, J. C., Ligtoet, W., Lucas, P. L., & Van Vuuren, D. P. (2016). Global drivers of future river flood risk. *Nature Climate Change*, 6(4), 381-385.
- YouTube Help. (2023a). *Comment, subscribe, & connect with creators*. Retrieved 08 December 2023 from [https://support.google.com/youtube/topic/9257418?hl=en&ref\\_topic=9257500&sjid=1663071386170491225-AP](https://support.google.com/youtube/topic/9257418?hl=en&ref_topic=9257500&sjid=1663071386170491225-AP)
- YouTube Help. (2023b). *Trending on YouTube*. [https://support.google.com/youtube/answer/7239739?fbclid=IwAR2ngnx7M6DP-oFzJD\\_4\\_Xt2y4tssZ25Ygi6TO936DHARKfUljH3IsnXMqo](https://support.google.com/youtube/answer/7239739?fbclid=IwAR2ngnx7M6DP-oFzJD_4_Xt2y4tssZ25Ygi6TO936DHARKfUljH3IsnXMqo)
- Yu, H., & Chen, G. (2021). Their floods and Our floods: News values of flood photo galleries of Associated Press and Xinhua News Agency. *Journalism*, 14648849211056785.

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล นาย ชวพล สัมฤทธิ์ดี  
วัน เดือน ปี เกิด 17 มิถุนายน พ.ศ. 2540  
สถานที่เกิด กรุงเทพมหานคร  
ที่อยู่ปัจจุบัน 112/20 ซอยกาญจนาภิเษก 6/2 แขวงท่าแร้ง เขตบางเขน  
กรุงเทพมหานครฯ 10220



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY